



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

# Como aumentar as doações para causas sociais

Estudos experimentais com efeitos de  
enquadramento e de reflexão

Trabalho Final na modalidade de Dissertação  
apresentado à Universidade Católica Portuguesa  
para obtenção do grau de mestre em Gestão

por

Raquel Reis Coelho

sob orientação de  
Professor Doutor Carlos Mauro

Católica Porto Business School  
Fevereiro 2018



# Agradecimentos

A realização desta dissertação não teria sido possível sem o apoio de inúmeras pessoas e de uma instituição a quem quero, desde já, aqui deixar os meus mais sinceros agradecimentos.

Ao Doutor Carlos Mauro, pela sua competência, disponibilidade, partilha de conhecimentos e boa disposição que sempre pautaram a sua presença no contributo à elaboração da minha tese.

À Doutora Diana Orghian, pela colaboração na implementação de um dos inquéritos desta investigação nos Estados Unidos da América.

À ATACA - Associação de Tutores e Amigos da Criança Africana, pelo acolhimento e contributo para a realização deste projeto.

Ao Doutor André Pinto, pela colaboração na revisão do meu trabalho.

A todos os participantes que contribuíram para a implementação dos quatro estudos desta dissertação.

Aos meus amigos que, de várias formas, me ajudaram a vencer esta etapa.

Aos meus pais, pelo seu apoio incondicional, incentivo e ajuda na concretização deste projeto.

# Resumo

A criança é um ser humano que tem direito à vida devendo, por isso, ter acesso a todo o tipo de condições que promovam o seu pleno desenvolvimento.

Mundialmente, assiste-se à realidade de que nem todos os cidadãos têm os mesmos direitos, devido à falta de condições em que vivem, melhor dizendo, sobrevivem. Nesta dissertação pretendeu-se estudar uma estratégia para o aumento das doações para causas sociais, nomeadamente no que concerne às crianças desfavorecidas. Para este fim, realizaram-se quatro estudos através da recolha de amostras populacionais: três realizados em Portugal e um realizado nos Estados Unidos da América. Nestes estudos, pretendeu-se investigar qual o tipo de mensagens que tem mais impacto no aumento das doações, quer para vítimas identificáveis quer para vítimas estatísticas: mensagens em termos positivos *vs.* em termos negativos.

Concluiu-se que as mensagens em termos negativos são as que produzem maior efeito no aumento das doações; que globalmente as mulheres doam mais do que os homens; que os sentimentos de felicidade e generosidade estão diretamente relacionados com o aumento das doações e que as emoções estão associadas com as doações.

Palavras-chave: doações; efeitos de enquadramento *puro*; efeitos de *reflexão*; vítima identificável; vítima estatística.

# Abstract

The child is a human being who has the right to life and must therefore have access to all kinds of conditions that promote their full development.

Worldwide, there is the reality that not all citizens have the same rights, due to the lack of conditions in which they live, in other words, survive. The purpose of this dissertation was to study a strategy for increasing donations to social causes especially for disadvantaged children. To this end, four studies were carried out through the collection of population samples, three of them in Portugal and the other in the United States of America. In these studies, it was intended to investigate which types of messages have the most impact on increasing donations, both for identified victims and for statistical victims: messages in positive *vs.* negative terms.

It was concluded that messages in negative terms are those that have the greatest effect on increasing donations; that globally women donate more than men; that the feeling of happiness and generosity is directly related to increased donations and that emotions are associated with donations.

Keywords: donations; *pure* framing effects; *reflection* effects; identified victim; statistical victim.



# Índice

Introdução.....	21
Revisão de literatura .....	24
1.1. Economia comportamental .....	24
1.1.1. Sistema Dual .....	25
1.1.2. Heurísticas, Teoria da prospeção e Efeitos de enquadramento .....	26
1.1.2.1. Heurísticas .....	26
1.1.2.2. Teoria da prospeção .....	27
1.1.2.3. Efeitos de Enquadramento .....	28
1.2. Efeito da vítima identificável .....	29
1.2.1. Moderadores do <i>EVI</i> .....	30
1.3. Doações .....	36
1.3.1. Doações homens <i>vs.</i> mulheres.....	37
1.3.2. Doações para causas coletivas.....	37
1.4. Evidência.....	42
1.5. Enquadramento.....	43
1.5.1. Enquadramento <i>puro</i> e efeitos de <i>reflexão</i> .....	44
1.5.2. Invariância.....	45
1.5.3. Enquadramento de mensagens em termos positivos e negativos .....	46
1.5.3.1. Investigações no âmbito do enquadramento.....	47
1.5.3.1.1. Possível crítica conceptual às investigações descritas anteriormente .....	49
Estudo experimental .....	52
2.1. Objetivo e hipóteses do estudo .....	52
2.1.1. Hipóteses e questões de investigação .....	54
2.2. Metodologia: desenho experimental.....	55
2.2.1. Efeitos de enquadramento <i>puro</i> e efeitos de <i>reflexão</i> .....	57
2.2.2. Tipos de vítimas .....	58
2.2.2.1. Vítima identificável .....	59
2.2.2.1.1. Utilização de imagens no estudo.....	59
2.2.2.2. Vítima estatística.....	61
2.2.3. Métodos estatísticos.....	61
Análise de resultados .....	64

3.1. Estudo 1.....	64
3.1.1. <i>H<sub>1</sub></i> : o valor médio doado pelos inquiridos não é igual nos diferentes cenários.....	65
3.1.2. <i>H<sub>2</sub></i> : os cenários com vítima identificável apresentam maior intenção de doação do que os cenários com vítima estatística – <i>EVI</i> .....	66
3.1.3. <i>H<sub>3</sub></i> : os cenários com vítima identificável e enquadramento positivo apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima identificável e enquadramento negativo .....	67
3.1.4. <i>H<sub>4</sub></i> : o cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento em termos positivos apresenta um valor médio de doação diferente do cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento em termos negativos.....	68
3.1.5. <i>H<sub>5</sub></i> : os cenários com fotografia da vítima identificável apresentam maior intenção de doação relativamente aos cenários com vítima identificável sem fotografia da mesma .....	69
3.1.6. <i>H<sub>6</sub></i> : os inquiridos do sexo feminino demonstram maior intenção de doação relativamente aos inquiridos do sexo masculino.....	70
3.1.7. <i>H<sub>7</sub></i> : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação .....	71
3.1.8. <i>H<sub>8</sub></i> : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação .....	73
3.1.9. <i>H<sub>9</sub></i> : quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar .....	74
3.1.10. <i>H<sub>10</sub></i> : quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar .....	76
3.2. Estudo 2.....	77
3.2.1. <i>H<sub>1</sub></i> : o valor médio doado pelos inquiridos não é igual nos diferentes cenários.....	79
3.2.2. <i>H<sub>2</sub></i> : os cenários com vítima identificável apresentam maior intenção de doação do que os cenários com vítima estatística – <i>EVI</i> .....	79
3.2.3. <i>H<sub>3</sub></i> : os cenários com vítima identificável e enquadramento positivo apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima identificável e enquadramento negativo .....	80
3.2.4. <i>H<sub>4</sub></i> : o cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento em termos positivos apresenta um valor médio de doação diferente do cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento em termos negativos.....	81
3.2.5. <i>H<sub>5</sub></i> : os cenários com fotografia da vítima identificável apresentam maior intenção de doação relativamente aos cenários com vítima identificável sem fotografia da mesma .....	82
3.2.6. <i>H<sub>6</sub></i> : os inquiridos do sexo feminino demonstram maior intenção de doação relativamente aos inquiridos do sexo masculino.....	82



3.2.7. $H_7$ : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação .....	82
3.2.8. $H_8$ : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação .....	84
3.2.9. $H_9$ : quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar .....	85
3.2.10. $H_{10}$ : quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar .....	87
3.3. Estudo 3.....	88
3.3.1. $H_1$ : o valor médio doado pelos inquiridos não é igual nos diferentes cenários.....	89
3.3.2. $H_2$ : os cenários com vítima identificável apresentam maior intenção de doação do que os cenários com vítima estatística – <i>EVI</i> .....	89
3.3.3. $H_3$ : os cenários com vítima identificável e enquadramento positivo apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima identificável e enquadramento negativo .....	90
3.3.4. $H_4$ : o cenário com vítima estatística e efeitos de <i>reflexão</i> em termos positivos apresenta um valor médio de doação diferente do cenário com vítima estatística e efeitos de <i>reflexão</i> em termos negativos.....	90
3.3.5. $H_5$ : os cenários com fotografia da vítima identificável apresentam maior intenção de doação relativamente aos cenários com vítima identificável sem fotografia da mesma .....	91
3.3.6. $H_6$ : os inquiridos do sexo feminino demonstram maior intenção de doação relativamente aos inquiridos do sexo masculino.....	91
3.3.7. $H_7$ : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação .....	92
3.3.8. $H_8$ : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação .....	93
3.3.9. $H_9$ : quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar .....	95
3.3.10. $H_{10}$ : quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar .....	96
3.4. Estudo 4.....	98
3.4.1. $H_1$ : o valor médio doado pelos inquiridos não é igual nos diferentes cenários.....	99
3.4.2. $H_2$ : os cenários com vítima identificável apresentam maior intenção de doação do que os cenários com vítima estatística – <i>EVI</i> .....	99
3.4.3. $H_3$ : os cenários com vítima identificável e enquadramento positivo apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima identificável e enquadramento negativo .....	100

3.4.4. <i>H<sub>4</sub></i> : o cenário com vítima estatística e efeitos de <i>reflexão</i> em termos positivos apresenta um valor médio de doação diferente do cenário com vítima estatística e efeitos de <i>reflexão</i> em termos negativos.....	100
3.4.5. <i>H<sub>5</sub></i> : os cenários com fotografia da vítima identificável apresentam maior intenção de doação relativamente aos cenários com vítima identificável sem fotografia da mesma .....	101
3.4.6. <i>H<sub>6</sub></i> : os inquiridos do sexo feminino demonstram maior intenção de doação relativamente aos inquiridos do sexo masculino.....	101
3.4.7. <i>H<sub>7</sub></i> : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação .....	102
3.4.8. <i>H<sub>8</sub></i> : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação .....	103
3.4.9. <i>H<sub>9</sub></i> : quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar .....	105
3.4.10. <i>H<sub>10</sub></i> : quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar .....	106
Discussão .....	109
4.1. Discussão de resultados.....	109
4.1.1. <i>H<sub>1</sub></i> : o valor médio doado pelos inquiridos não é igual nos diferentes cenários.....	110
4.1.2. <i>H<sub>2</sub></i> : os cenários com vítima identificável apresentam maior intenção de doação do que os cenários com vítima estatística – <i>EVI</i> .....	110
4.1.3. <i>H<sub>3</sub></i> : os cenários com vítima identificável e enquadramento positivo apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima identificável e enquadramento negativo .....	111
4.1.4. <i>H<sub>4</sub></i> : o cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento/ <i>reflexão</i> em termos positivos apresenta um valor médio de doação diferente do cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento/ <i>reflexão</i> em termos negativos .....	112
4.1.5. <i>H<sub>5</sub></i> : os cenários com fotografia da vítima identificável apresentam maior intenção de doação relativamente aos cenários com vítima identificável sem fotografia da mesma .....	113
4.1.6. <i>H<sub>6</sub></i> : os inquiridos do sexo feminino demonstram maior intenção de doação relativamente aos inquiridos do sexo masculino.....	114
4.1.7. <i>H<sub>7</sub></i> : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação .....	115
4.1.8. <i>H<sub>8</sub></i> : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação .....	115
4.1.9. <i>H<sub>9</sub></i> : quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar .....	115

4.1.10. $H_{10}$ : quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar .....	116
4.1.11. Questões de investigação .....	117
Conclusão.....	120
5.1. Principais contributos dos estudos .....	120
5.2. Limitações da investigação.....	121
5.3. Sugestões de investigação futura .....	122
Bibliografia.....	125
Apêndices .....	136
A. Estudo 1.....	136
A1. Introdução.....	136
A11. Cenário 1: vítima identificável - enquadramento em termos positivos sem foto.....	136
A12. Cenário 2: vítima identificável - enquadramento em termos positivos com foto.....	137
A13. Cenário 3: vítima identificável - enquadramento em termos negativos sem foto .....	137
A14. Cenário 4: vítima identificável - enquadramento em termos negativos com foto .....	138
A15. Cenário 5: vítima estatística - enquadramento em termos positivos .....	139
A16. Cenário 6: vítima estatística - enquadramento em termos negativos .....	139
A17. Dados sociodemográficos.....	140
A2. Caracterização da amostra .....	140
A3. Valor doado e idade .....	142
A4. Valor doado e nível de racionalidade .....	142
A5. Cenários e nível de felicidade .....	143
A6. Cenários e nível de generosidade.....	144
A7. Cenários e nível de racionalidade .....	144
A8. Cenários e emoção (valor) .....	145
A9. Cenários e emoção (intensidade).....	145
B. Estudo 2.....	146
B1. Introdução .....	146
B11. Cenário 1: vítima identificável - enquadramento em termos negativos sem foto.....	146
B12. Cenário 2: vítima identificável - enquadramento em termos positivos sem foto.....	147
B13. Cenário 3: vítima identificável - doações para o Sílvia.....	147
B14. Cenário 4: vítima estatística - doações para as crianças.....	148
B15. Dados sociodemográficos .....	148
B2. Caracterização da amostra .....	149

B3. Valor doado e idade .....	150
B4. Valor doado e nível de racionalidade.....	150
B5. Cenários e nível de felicidade.....	152
B6. Cenários e nível de generosidade .....	152
B7. Cenários e nível de racionalidade .....	152
B8. Cenários e emoção (valor).....	153
B9. Cenários e emoção (intensidade) .....	153
C. Estudo 3.....	154
C1. Introdução .....	154
C11. Cenário 1: vítima estatística – efeitos de <i>reflexão</i> em termos positivos....	154
C12. Cenário 2: vítima estatística – efeitos de <i>reflexão</i> em termos negativos...	155
C13. Dados sociodemográficos .....	155
C2. Caracterização da amostra .....	156
C3. Valor doado e idade.....	157
C4. Valor doado e nível de racionalidade .....	157
C5. Cenários e nível de felicidade .....	159
C6. Cenários e nível de generosidade .....	159
C7. Cenários e nível de racionalidade.....	159
C8. Cenários e emoção (valor).....	159
C9. Cenários e emoção (intensidade) .....	160
D. Estudo 4.....	160
D1. Introdução.....	160
D11. Cenário 1: vítima estatística – efeitos de <i>reflexão</i> em termos positivos ...	160
D12. Cenário 2: vítima estatística – efeitos de <i>reflexão</i> em termos negativos ..	161
D13. Dados sociodemográficos.....	161
D2. Caracterização da amostra .....	162
D3. Valor doado e idade .....	163
D4. Valor doado e nível de racionalidade .....	163
D5. Cenários e nível de felicidade .....	164
D6. Cenários e nível de generosidade.....	165
D7. Cenários e nível de racionalidade .....	165
D8. Cenários e emoção (valor) .....	165
D9. Cenários e emoção (intensidade).....	165
E. Comprovativo de doação .....	166



# Índice de figuras

<b>Figura 1:</b> Imagem da vítima identificável do presente estudo. Fonte: <a href="https://pixabay.com/pt/%C3%B3rf%C3%A3o-%C3%A1frica-africano-crian%C3%A7a-1139042/">https://pixabay.com/pt/%C3%B3rf%C3%A3o-%C3%A1frica-africano-crian%C3%A7a-1139042/</a> .....	60
--	----



# Índice de tabelas

<b>Tabela 1:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de felicidade. Fonte: construção própria. ....	73
<b>Tabela 2:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de generosidade. Fonte: construção própria. ....	74
<b>Tabela 3:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - valor. Fonte: construção própria. ....	75
<b>Tabela 4:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - intensidade. Fonte: construção própria. ....	77
<b>Tabela 5:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de felicidade. Fonte: construção própria. ....	84
<b>Tabela 6:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de generosidade. Fonte: construção própria. ....	85
<b>Tabela 7:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - valor. Fonte: construção própria. ....	86
<b>Tabela 8:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - intensidade. Fonte: construção própria. ....	88
<b>Tabela 9:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de felicidade. Fonte: construção própria. ....	93
<b>Tabela 10:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de generosidade. Fonte: construção própria. ....	94
<b>Tabela 11:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - valor. Fonte: construção própria. ....	96
<b>Tabela 12:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - intensidade. Fonte: construção própria. ....	97



<b>Tabela 13:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de felicidade. Fonte: construção própria. ....	103
<b>Tabela 14:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de generosidade. Fonte: construção própria. ....	104
<b>Tabela 15:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - valor. Fonte: construção própria.....	106
<b>Tabela 16:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - intensidade. Fonte: construção própria. ....	107
<b>Tabela 17:</b> Sumário das hipóteses da investigação. Fonte: construção própria. ....	109
<b>Tabela 18:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de racionalidade. Fonte: construção própria. ....	143
<b>Tabela 19:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de racionalidade. Fonte: construção própria. ....	151
<b>Tabela 20:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de racionalidade. Fonte: construção própria. ....	158
<b>Tabela 21:</b> Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de racionalidade. Fonte: construção própria. ....	164



# Índice de gráficos

<b>Gráfico 1:</b> Distribuição do valor doado (€) em G <sub>1</sub> - vítima identificável e G <sub>2</sub> - vítima estatística. Fonte: construção própria. ....	66
<b>Gráfico 2:</b> Distribuição do valor doado (€) em G <sub>1</sub> - vítima identificável com enquadramento positivo vs. G <sub>2</sub> - vítima identificável com enquadramento negativo. Fonte: construção própria. ....	68
<b>Gráfico 3:</b> Distribuição do valor doado (€) em G <sub>1</sub> - vítima estatística com enquadramento positivo vs. G <sub>2</sub> - vítima estatística com enquadramento negativo. Fonte: construção própria. ....	69
<b>Gráfico 4:</b> Distribuição do valor doado (€) em G <sub>1</sub> - vítima identificável com fotografia vs. G <sub>2</sub> - vítima identificável sem fotografia. Fonte: construção própria. ....	70
<b>Gráfico 5:</b> Distribuição do valor doado (€) em G <sub>1</sub> - vítima identificável vs. G <sub>2</sub> - vítima estatística. Fonte: construção própria. ....	80
<b>Gráfico 6:</b> Distribuição do valor doado (€) em G <sub>1</sub> - vítima identificável com enquadramento positivo vs. G <sub>2</sub> - vítima identificável com enquadramento negativo. Fonte: construção própria. ....	81
<b>Gráfico 7:</b> Distribuição do valor doado (€) em G <sub>1</sub> - vítima estatística com efeitos de reflexão positivos vs. G <sub>2</sub> - vítima estatística com efeitos de reflexão negativos. Fonte: construção própria. ....	91
<b>Gráfico 8:</b> Distribuição do valor doado (€) em G <sub>1</sub> - vítima estatística com efeitos de reflexão positivos vs. G <sub>2</sub> - vítima estatística com efeitos de reflexão negativos. Fonte: construção própria. ....	101



# Introdução

*Todos temos o direito à vida, e a viver em liberdade e segurança.*

(Universal declaration of human rights, 1948)

Pretende-se com esta dissertação contribuir para a mudança de mentalidades e comportamentos no sentido de os cidadãos serem mais sensíveis e cooperantes na vida daqueles a quem, infelizmente, este direito tem sido negado. Assim, este estudo tem como objetivo minorar esta realidade, analisando comportamentos e estratégias para aumentar as doações para causas sociais.

Segundo Kahneman (2011) o raciocínio do ser humano divide-se em dois sistemas: 1 e 2.

O pensamento do sistema 1 está relacionado com a proteção dos indivíduos e das suas famílias e comunidades de perigos presentes, visíveis e imediatos. Este sistema é afetivo e apresenta dificuldade na resposta a realidades dramáticas distantes e que envolvam muita gente.

Por sua vez, o sistema 2 está relacionado com a reflexão e deliberação, sendo mais racional e moroso na tomada de decisões dos indivíduos.

A literatura reconhece o *efeito da vítima identificável*: as pessoas estão mais dispostas a ajudar vítimas individuais identificáveis, do que vítimas não identificáveis ou estatísticas (Kogut & Ritov, 2005a; Schelling, 1968; Small & Loewenstein, 2003,2005 e Jenni & Loewenstein,1997).

Pretende-se, então, com este estudo investigar que tipo de mensagens de caridade terá mais impacto no aumento das doações, tanto para vítimas

identificáveis (apenas uma vítima), como para vítimas estatísticas (mais do que uma vítima): mensagens em termos positivos ou mensagens em termos negativos.

Deste modo, serão estudados os efeitos de enquadramento (Kahneman & Tversky, 1979 e Tversky & Kahneman, 1981) e efeitos de *reflexão* (Fagley, 1993), verificando o que é mais vantajoso, do ponto de vista prático, se acentuar o positivo ou o negativo, uma vez que a forma como a informação é apresentada pode influenciar, significativamente, os julgamentos e decisões das pessoas.

Nesta investigação implementaram-se quatro estudos: dois relacionados com os efeitos de enquadramento *puro* e dois relacionados com os efeitos de *reflexão*. Uma vez que a lacuna na investigação científica é maior no que concerne à vítima estatística, os dois últimos estudos, debruçam-se apenas sobre este tipo de vítima.

O quarto estudo deste trabalho foi realizado nos Estados Unidos da América, com o objetivo de fazer um estudo comparativo com Portugal, no âmbito das doações.

Este trabalho ambiciona esclarecer e motivar os cidadãos a uma mudança de mentalidades e comportamentos na ajuda das causas sociais. O contributo de cada um fará, certamente, a diferença na vida das vítimas.



# Capítulo 1

## Revisão de literatura

### 1.1. Economia comportamental

A economia comportamental é uma área científica que cruza o conhecimento da Psicologia Social e Cognitiva, da Economia, da Sociologia e de outras ciências comportamentais, e que estuda como as pessoas fazem julgamentos e tomam decisões (Thaler & Mullainathan, 2000). Contrasta vincadamente com os pressupostos da teoria económica neoclássica, que partia de pressupostos irrealistas sobre o comportamento humano, nomeadamente o pressuposto de que as pessoas calculam com exatidão os custos e benefícios de todas as opções de escolha, tomando sempre decisões maximizadoras, auto-interessadas e egoístas (Thaler & Sustein, 2008).

Contrariamente à teoria económica neoclássica, a economia comportamental pretende explicar como é que, de facto, as pessoas decidem e se comportam, sobretudo como e porque é que os indivíduos tomam determinadas decisões baseadas em intuições ou em processos deliberativos e reflexivos.

As pessoas tomam a maior parte das suas decisões de uma forma rápida e automática, recorrendo a regras simplificadas de julgamento e tomada de decisão – as chamadas heurísticas (Tversky & Kahneman, 1974). Para além disso, as pessoas manifestam enviesamentos cognitivos sistemáticos que distorcem o seu processamento de informação. Muitas vezes, as heurísticas e enviesamentos



conduzem a decisões subóptimas, ou seja, decisões que não conduzem ao melhor resultado para as pessoas e/ou para a sociedade. Neste seguimento, surge o conceito de paternalismo libertário que consiste numa abordagem de criação de políticas que preserve a liberdade de escolha das pessoas, ao mesmo tempo que possibilita as organizações públicas e privadas de conduzir as mesmas à tomada de decisões que promovam o seu bem-estar (Thaler & Sunstein, 2003).

Seguindo esta linha de pensamento, Thaler e Sunstein (2008) defendem que sejam criados *nudges*. *Nudges* são aspetos do contexto de decisão que influenciam o comportamento humano de uma forma previsível, sem alterar significativamente os incentivos económicos subjacentes e que preservam a autonomia e a liberdade de escolha das pessoas. Uma vez que a arquitetura de escolha (*i.e.*, o contexto físico, social e temporal em que as pessoas tomam decisões) está sempre presente, as escolhas das pessoas são sempre afetadas pelo seu contexto. Assim, qualquer aspeto contextual é um *nudge*, desde a temperatura do espaço, a ordem em que as opções são apresentadas, a saliência dada a uma determinada informação e o que as outras pessoas possam estar a fazer, entre outros.

Thaler e Sunstein (2008) advogam a criação de *nudges* que conduzam as pessoas a tomarem decisões mais acertadas. Através da criação de certas “pistas” no contexto de decisão, é possível fazer com que as pessoas tomem determinadas decisões e tenham comportamentos que promovam o bem-estar individual e colectivo.

### 1.1.1. Sistema Dual

Daniel Kahneman (2011) explica que a estrutura cognitiva é formada por um sistema dual, caracterizado por dois sistemas, que representam duas diferentes maneiras de pensar e tomar decisões: o sistema 1 ( $S_1$ ), rápido, automático e intuitivo (pensar depressa), e o sistema 2 ( $S_2$ ), mais analítico e deliberativo (pensar devagar).

Kahneman caracteriza o  $S_1$  como sendo rápido e automático, que atua com pouco ou nenhum esforço e sem sensação de controlo voluntário. Este sistema origina sem esforço impressões e sensações que influenciam fortemente as crenças explícitas e escolhas deliberadas. Várias ações próprias do  $S_1$  são completamente involuntárias, tais como: evitar compreender frases simples na própria língua, ou orientarmo-nos em relação a um som alto e inesperado.

Em contraste, o  $S_2$  distribui a atenção pelas atividades mentais que exigem esforço, tais como: cálculos complexos, aprendizagem de novas competências ou o planeamento de um orçamento para férias. As operações do  $S_2$  estão muitas vezes associadas à experiência subjetiva da ação, escolha e concentração, apresentando duas características comuns: exigem atenção e são interrompidas quando a atenção é retirada.

O  $S_1$  gera continuamente “sugestões” para o  $S_2$ , nomeadamente impressões, intuições e sensações. Caso estas sugestões sejam “apoiadas” ou “aceites” pelo  $S_2$ , transformar-se-ão em crenças e os impulsos transformar-se-ão em ações voluntárias.

### 1.1.2. Heurísticas, Teoria da prospeção e Efeitos de enquadramento

Kahneman (2002) diferencia as três contribuições teóricas mais relevantes do seu trabalho de investigação: (i) as heurísticas e enviesamentos do sistema cognitivo humano, (ii) as escolhas de risco e a teoria da prospeção e (iii) os efeitos de enquadramento.

#### 1.1.2.1. Heurísticas

Heurísticas são atalhos cognitivos ou regras simplificadas que permitem às pessoas fazer julgamentos e tomar decisões de uma forma rápida e automática, algo que acontece sobretudo quando cálculos requerem muito tempo ou não são de todo possíveis. Como referido anteriormente, as decisões baseadas em heurísticas são muitas vezes úteis e acuradas, mas, frequentemente, podem

também conduzir a decisões subóptimas. Quantas mais associações relevantes forem para a mente aquando de um julgamento ou escolha, melhores ou mais racionais serão os mesmos (Berg, 2014).

#### 1.1.2.2. Teoria da prospeção

As teorias económicas falham ao confiar na teoria da utilidade esperada, existindo duas ideias um pouco distintas no que concerne às escolhas de risco. Segundo esta teoria, os decisores escolhem entre diferentes hipóteses arriscadas ou incertas através da comparação dos seus valores utilitários esperados, como por exemplo a soma ponderada obtida pela adição de valores utilitários dos resultados multiplicados pelas suas respetivas probabilidades (Mongin, 1997). É sabido que a teoria da escolha racional tem falhas, assim como a teoria da utilidade esperada.

Tversky e Kahneman (1974) mostraram, através de experiências, que a maior parte das pessoas rejeita uma aposta com hipóteses de ganhar e perder, a não ser que o ganho possível seja, pelo menos, o dobro do tamanho da possível perda, sendo a aversão ao risco maior para as perdas do que para os ganhos. Por outras palavras, o medo de perder 100€ é duas vezes mais forte do que o benefício psicológico de ganhar 150€, algo que traduz o fenómeno da aversão à perda (Kahneman, 2011). As pessoas tendem igualmente a sobrevalorizar probabilidades baixas, algo que pode contribuir para a atratividade de jogos e seguros (Kahneman & Tversky, 1979). Estes e outros resultados empíricos originaram a teoria da prospeção.

A teoria da prospeção afirma que as pessoas são avessas ao risco quando estão perante uma aposta mista (*i.e.*, em que um ganho e uma perda são possíveis), mas que o procuram quando estão perante más escolhas (*i.e.*, quando uma perda certa é comparada com uma perda maior, mas provável). Kahneman e Tversky (1979) mostraram que as escolhas que as pessoas fazem são afetadas pela mudança de riqueza ou utilidade e não pelo estado final de riqueza, contrariamente ao que

era largamente assumido até então. Kahneman (2011) explica que existem três características cognitivas centrais na teoria da prospeção, sendo estas características operativas do Si: a primeira explica que as avaliações feitas da riqueza ou utilidade são relativas a um ponto de referência neutro, que pode ser o *status quo*, um ganho esperado ou que achamos que merecemos. Os resultados que são melhores do que o ponto de referência são *ganhos*, e os resultados abaixo do ponto de referência são *perdas*; a segunda é o princípio da sensibilidade diminuída, que se aplica tanto às dimensões sensoriais como à avaliação das mudanças de riqueza. Por exemplo, a diferença subjetiva entre 900 e 1000 dólares é muito menor do que a diferença entre 100 e 200 dólares, porque no primeiro caso a riqueza inicial já é substancial, enquanto na segunda ainda é baixa; a terceira é, como referido, a aversão à perda (Kahneman, 2011).

#### 1.1.2.3. Efeitos de Enquadramento

No que concerne aos efeitos de enquadramento, pretende-se demonstrar que dependendo da forma como a informação é apresentada, esta terá uma forte influência na maneira como é recebida e processada pelas pessoas.

Utilizando uma imagem como analogia, diferentes molduras (mantendo unidas estruturas e definido o contexto) fornecem diferentes significados para as mesmas ações e experiências (Goffman, 1974). As experiências da economia comportamental provaram que a maneira como as escolhas são enquadradas, têm grandes efeitos nas decisões das pessoas, porque o modo como um problema é apresentado evoca diferentes associações e avaliações, produzindo julgamentos e decisões distintos, conduzindo a escolhas diferentes. Por exemplo, o enquadramento está relacionado com a informação a que se dá mais relevo (uma operação com 90% de sobrevivência *vs.* 10% de probabilidade de morte).

## 1.2. Efeito da vítima identificável

A literatura na área da economia comportamental demonstra a existência de enviesamentos cognitivos na tomada de decisão dos indivíduos como acima referido.

A presente investigação debruça-se sobre o resultado de enviesamentos: o *efeito da vítima identificável* relativo às doações, que se refere à tendência dos indivíduos em oferecer mais ajuda a vítimas específicas e identificáveis, comparativamente a vítimas anónimas e estatísticas (Jenni & Loewenstein, 1997 e Small, Loewenstein & Slovic, 2007).

O primeiro a identificar este efeito foi Schelling (1968), que fez a distinção entre vítimas individuais e estatísticas, procurando investigar as diferentes reações a esses dois tipos de vítimas. Schelling observou que, na maior parte dos casos, uma vida individual descrita em detalhe evoca mais simpatia e ajuda comparativamente a vidas equivalentes, mas descritas estatisticamente (Schelling, 1968).

Este efeito pode ser ilustrado através de um caso mediático ocorrido há 30 anos. Em 1987, Jéssica McClure, uma criança de 18 meses, caiu num poço onde ficou 58 horas encurralada. Perante este acontecimento, o povo americano demonstrou bastante generosidade doando uma quantia muito elevada de dinheiro. A família McClure recebeu aproximadamente \$700 000 em doações para a bebé Jéssica nos meses seguintes ao seu salvamento, tendo sido, também, realizado um filme sobre este incidente, “O bebé de toda a gente: o salvamento de Jessica McClure” (“America’s heart goes out to Baby Jessica”, 1987). Este acontecimento, foi um caso de sucesso de uma vida individual, retratando o *efeito da vítima identificável* e da vontade das pessoas em ajudar, que se verifica ser muito maior quando se trata apenas de uma vítima relativamente a quando se trata de um grupo de vítimas estatísticas.

O *efeito da vítima identificável* viola a teoria da utilidade esperada, uma vez que prova que existem situações em que as vidas têm valores distintos, simplesmente pelo facto de serem apresentadas de uma forma singular (identificável) ou estatística. Na mesma situação, é dado mais valor a uma vítima identificável do que a uma vítima estatística. De acordo com as assunções da economia clássica, a avaliação das vidas deveria ser linear, ou seja, seria de esperar que, com o aumento do número de vidas em risco, a ajuda oferecida fosse proporcionalmente maior, contudo este pressuposto não se verifica.

No que se refere à responsabilidade das vítimas pela sua situação, ou ausência dela, Weiner (1980) sugere que as vítimas são vítimas porque não são responsáveis pela sua situação, levando a que os indivíduos tenham mais simpatia e pena em relação às mesmas. No entanto, caso a pessoa que careça de ajuda seja responsável pela sua situação, as emoções resultantes dos potenciais doadores irão ser de ódio e de repugnância. Os potenciais doadores irão pensar que a vítima poderia e deveria ter tido um comportamento diferente e a emoção que sentem diminui a sua predisposição em ajudá-la (Weiner, 1995). As pessoas normalmente sentem bastante pena por vítimas que não tenham sido responsáveis pela sua situação.

### 1.2.1. Moderadores do *EVI*

Existem vários fatores que contribuem para o *EVI* – *efeito da vítima identificável*. Kogut & Ritov (2005a) examinaram a vontade de ajudar crianças doentes que precisavam de um tratamento bastante dispendioso. Na sua experiência mostraram dois cenários possíveis: 1 - uma fotografia da vítima identificável, onde os participantes poderiam ver o seu nome e idade; 2 - os participantes visualizaram um grupo de oito vítimas não-identificáveis. Posteriormente, foram comparadas as reacções a esses dois cenários e, os resultados, comprovaram que o *EVI* é restrito a situações com uma única vítima. Os participantes demonstraram uma maior disponibilidade em contribuir, assim como uma maior

angústia, quando se tratava apenas de uma única vítima. A reação emocional à vítima identificável apareceu como sendo a principal causa do *EVI*.

Kogut & Ritov (2005b) provaram o efeito de singularidade de vítimas identificáveis: as contribuições para salvar uma única criança foram significativamente maiores relativamente às contribuições para salvar oito crianças. Nesta experiência, os dois cenários foram avaliados separadamente, ou seja, cada participante viu apenas um deles. Numa segunda experiência, os participantes avaliaram os dois cenários em conjunto, verificando-se que quando uma pessoa tem que optar entre contribuir para uma única vítima ou para um grupo, o padrão inverte-se, passando o grupo de pessoas a conseguir mais contribuições do que a única vítima identificável. Desta forma, a preferência por vítimas únicas identificáveis é maior em avaliações separadas e mais baixa em avaliações conjuntas.

Adicionalmente, Kogut & Ritov (2007) propõem que as emoções evocadas em cenários de doação dependem da distância psicológica entre a pessoa e a vítima. A identificação da vítima que o *EVI* sugere acontece mais facilmente quando existe algum tipo de proximidade entre os doadores e as vítimas. Um estudo concluiu que quanto mais informação os doadores tenham sobre as vítimas e sobre o seu ambiente, mais se identificam com as mesmas, o que leva a um impacto positivo na vontade de ajudar (Zagefka, Noor, Brown, Hopthrow & Moura, 2012). Com o aumento da distância psicológica, a pessoa estará menos disposta a adotar a perspectiva da vítima, e processará a informação a um nível mais abstrato (Trope & Liberman, 2000). A categorização dos outros como pertencendo ao mesmo grupo social do doador provoca sentimentos de maior proximidade e responsabilidade, aumentando a intensidade da angústia sentida (Brewer & Gardner, 1996 e Dovidio *et al.*, 1997). As pessoas exibem uma tendência maior em ajudar membros do seu próprio grupo social (*ingroup*) relativamente a vítimas pertencentes a outros grupos (*outgroup*).

Relativamente ao número de vítimas, Slovic (2007) retrata o colapso emocional das pessoas relativamente ao número de vítimas, verificando que as emoções das pessoas são mais fortes quando se trata apenas de uma única vítima. Com o aumento do número de vítimas, as emoções começam a desvanecer-se e as pessoas tornam-se indiferentes à situação dos indivíduos que são “um entre muitos”. O  $S_1$  aproxima-se emocionalmente de histórias fáceis de imaginar, sendo atraído por imagens fortes, que normalmente produzem sentimentos erróneos. Quando se vê confrontado com números, é facilmente atraído por percentagens, ao invés de números reais. De modo a existir uma abordagem mais racional, o  $S_2$  terá que ser acionado e terá que assumir um papel mais importante relativamente ao  $S_1$ .

Quanto ao genocídio, Slovic (2007) afirma que as pessoas não podem depender apenas dos sentimentos morais para as motivar a tomar ações adequadas. A sensibilidade diminuída observada na avaliação de intervenções de salvamento de vidas com o aumento do número de vidas em risco, é um fenómeno denominado “*psychophysical numbing*” (Fetherstonhaught, Slovic, Johnson & Friedrich, 1997). Este é provocado por uma crescente apatia e sensação de impotência do ser humano, sendo consistente com o que se verifica na resposta a assassinatos em massa. O valor das pessoas relativo a vidas estatísticas diminui com o aumento do tamanho do grupo de referência.

Este princípio psicofísico do decréscimo da sensibilidade está incorporado na teoria da prospeção de Kahneman e Tversky (1979). Como referido anteriormente, esta teoria define a função do valor, que relaciona o valor subjetivo com as atuais perdas ou ganhos. Tratando-se de vidas humanas, essa função implica que o valor subjetivo de salvar um número específico de vidas seja maior quando se trata de um número de vítimas mais reduzido. As pessoas procuram o risco quando se trata de más escolhas (decidir entre uma perda certa e uma perda maior, mas provável), esse facto implica que uma perda certa (uma



vítima identificável) seja vista como mais grave relativamente a uma perda incerta, mesmo que a perda incerta apresente um valor esperado maior (grupo de vítimas estatísticas).

Procurando causas para o *EVI*, Jenni e Loewenstein (1997) investigaram o denominado *efeito do grupo de referência* – as vítimas identificáveis são percebidas como representando a população em risco. Jenni e Loewenstein descobriram que as decisões de doação dos participantes são extremamente influenciadas pela proporção em relação ao número de pessoas salvas do grupo em risco. No caso de vítimas identificáveis esta proporção é maior, o que, segundo os autores, causa as diferenças decisórias entre as vítimas identificáveis e as estatísticas.

Adicionalmente, Bartels (2006) utiliza o termo de *dominância da proporção*, para descrever a grande sensibilidade das pessoas quando se trata de uma proporção de salvamento de vidas, relativamente a quando é abordado um número absoluto das mesmas. Quando deparadas com uma vítima estatística, as pessoas vêem as vítimas não-identificáveis como sendo parte integrante de um grupo. O mesmo não acontece com uma única vítima identificável, pois esta é vista como *sendo o próprio grupo de referência*, salientando uma situação na qual  $n$  de  $N$  pessoas irão morrer, caso não seja tomada nenhuma ação. Fetherstonhaught *et al.* (1997) explicam que uma intervenção que reduza o número de mortes numa tragédia de 2000 para 1000 pode ser julgada como substancialmente mais útil do que uma que reduza as mortes de 99000 para 98000. Apesar de ambas as intervenções salvarem o mesmo número de vidas, isto pode ser justificado talvez pela impressão de que salvar 1000 vidas de 2000 é uma proporção significativa, mas salvar 1000 de 99000 é meramente uma “gota num oceano”.

Outra das causas para o *EVI* é o *efeito de denominador*, sendo este a tendência das pessoas em se sentirem mais motivadas para contribuir para intervenções que tenham um grande impacto proporcional (Baron, 1997; Fetherstonhaught *et al.*, 1997; Friedrich *et al.*, 1999 e Jenni & Loewenstein, 1997). As pessoas tendem a

valorizar mais a proporção de vidas salvas do que o número exato de vidas salvas. Fetherstonhaught *et al.* (1997) demonstraram que, no caso de avaliações separadas, se verifica um maior apoio para salvar 80% de 100 vidas em risco do que salvar 20% de 1000 vidas em risco. Para a maioria das pessoas, 80% parece ser *muito*, enquanto 20% parece ser *pouco*.

O *impacto* que os doadores esperam que a sua contribuição tenha também influencia o seu grau de generosidade. Teorias económicas recentes identificaram a sensação de impacto pessoal como a motivação central para atos de caridade (Duncan, 2004). O impacto obtido de uma doação pode ser um melhor preditor do que a simpatia no que respeita a causas de caridade (Cryder, Loewenstein & Scheines, 2013). Receber detalhes sobre uma intervenção de caridade aumenta a perceção dos doadores de que a sua contribuição irá ter impacto. Quando as pessoas doam para causas gerais (onde são fornecidos poucos detalhes), sentem que estão a fazer muito pouco para resolver um problema muito grande. Contrariamente, quando as pessoas doam para uma intervenção detalhada, sentem que estão a ter um impacto claro num problema definido (Cryder *et al.*, 2013). Para muitos doadores ajudar uma pequena proporção dentro de um grupo onde muita gente carece de ajuda, parece ser muito pouco, o que faz com que as pessoas sintam que não estão a ter um verdadeiro impacto.

Aquando da tomada de decisão para doar para alguma causa, a maioria das pessoas provavelmente não calcula de forma deliberativa o benefício esperado da sua doação. As escolhas são feitas intuitivamente, baseadas em reações afetivas espontâneas (Schwarz & Clore, 2007). Uma vítima identificável evoca normalmente mais *simpatia* e *compaixão*, o que faz com que as pessoas doem mais. Assim, são alocados recursos excessivos a vítimas identificáveis comparativamente às vítimas estatísticas (Small & Loewenstein, 2003).

O *EVI* também pode ser explicado pelo facto das pessoas responderem à informação que têm ao seu alcance sobre a vítima identificável e não

propriamente à sua identificação *per se*. No entanto, Small e Loewenstein (2003) demonstraram que a informação dada às pessoas, não constitui por si só um fator explicativo do *EVI*. Estes autores provaram que mesmo não sendo dada informação sobre as vítimas, vítimas identificáveis continuam a conseguir mais doações comparativamente às vítimas não-identificáveis. Através de uma forma de identificação bastante subtil, mostraram que identificar uma vítima sem fornecer qualquer informação personalizada sobre a mesma, aumenta as doações. Num dos seus estudos, os participantes apresentaram uma maior disponibilidade em ajudar pessoas que tinham perdido dinheiro, quando estas já tinham sido previamente identificadas, do que quando ainda não o tinham sido. Os autores verificaram que simplesmente a identificação da família *x*, sem qualquer outra informação adicional, é o suficiente para provocar uma elevada reação nos doadores, levando ao aumento das doações. Em contraste, casos abstratos, tais como as vítimas estatísticas, são emocionalmente menos envolventes, o que faz com que os seus julgamentos sejam feitos com base em heurísticas. As pessoas tendem a sentir mais compaixão por vítimas identificáveis, pois estas ativam o sistema afetivo. Contrariamente, o sistema deliberativo é ativado por estímulos mais impessoais, o que faz com que as pessoas não sintam tanta proximidade para com as vítimas estatísticas.

No entanto, Small, Loewenstein e Slovic (2007) descobriram que apresentar informações estatísticas sobre o número total de vidas em risco e ensinar os doadores sobre a discrepância entre as doações a vítimas identificáveis e a vítimas estatísticas, sobre a compaixão inconsistente provocada por esses dois tipos de vítimas, tem efeitos perversos: as pessoas doam menos para vítimas identificáveis, mas as doações para as vítimas estatísticas não aumentam, traduzindo-se numa redução global das doações. Deste modo, quando as pessoas pensam deliberadamente sobre as suas doações, deixam de sentir tanta compaixão pelas vítimas identificáveis, mas a sua compaixão para com as vítimas

estatísticas não aumenta (Small, Loewenstein & Slovic, 2007). Quando se incluem estatísticas relativamente a vítimas, dificulta-se uma ativação emocional por parte dos doadores, e ativa-se um pensamento mais deliberativo ( $S_2$ ), que irá resultar numa diminuição geral das doações.

Outro dos fatores que provoca o *EVI* é a *vivacidade* da representação das vítimas identificáveis, que faz com que as pessoas fiquem ligadas emocionalmente a determinadas causas ou pessoas mais facilmente. Exemplos concretos e específicos têm muito mais influência sobre o que as pessoas pensam e como se comportam, do que informação estatística bastante mais completa, mas pálida. Neste sentido, as vítimas identificáveis apresentam características naturalmente mais vivas em comparação com vítimas estatísticas (Nisbett & Ross, 1980). A informação com vivacidade pode ser definida como informação que é emocionalmente interessante, concreta e visual e/ou psicologicamente próxima em termos temporais, espaciais ou sensoriais (Nisbett & Ross, 1980). Estudos identificam a vivacidade intensificada de vítimas identificáveis, em comparação com vítimas estatísticas, como sendo a razão para o aumento da generosidade em relação a vítimas identificáveis (Slovic, 2007 e Kogut & Ritov, 2005a). Quando uma vítima identificável está em risco e os *media* falam sobre ela, as pessoas podem até chegar a sentir que “conhecem” a vítima, sentindo-se próximas dela.

### 1.3. Doações

Aumentar as doações para a caridade requer bastante tempo e esforço. Por exemplo, nos Estados Unidos, é necessário um esforço de mais de 50 biliões de dólares por ano para receber 300 biliões de dólares em doações individuais (Greenfield, 1999 e National Philanthropic Trust, 2018).

### 1.3.1. Doações homens *vs.* mulheres

As diferenças nas doações tendo em conta o sexo dos indivíduos variam entre diferentes estudos e até entre países. A maior parte dos estudos desta temática foram realizados nos Estados Unidos, demonstrando que as mulheres têm tendência a doar mais do que os homens (Kirsh, Hume & Jalnadoni, 1999).

As diferenças também existem dependendo dos tipos de organização para as quais as pessoas fazem doações. Os homens geralmente doam mais para poucas organizações, enquanto as mulheres doam quantias menores, mas para mais organizações (Andreoni *et al.*, 2003; Brown, 2005 e Piper & Schnepf, 2008).

Normalmente, as mulheres apresentam maior disposição para doar para a educação (Rooney, Brown & Mesch, 2007) e instituições de caridade de serviços humanos (Marx, 2000), enquanto os homens doam mais facilmente para desportos e grupos recreativos (Andreoni *et al.*, 2003).

No entanto, é difícil analisar as diferenças na vontade de doação dos homens e das mulheres, visto que uma grande parte dos adultos é casada, tendendo os casais a tomar decisões conjuntas no que respeita a esta temática.

### 1.3.2. Doações para causas coletivas

No âmbito das doações para causas coletivas salienta-se que, segundo perspetivas morais igualitárias, todas as vidas devem ser valorizadas igualmente (Baron & Szymanska, 2011; Dickert, Västfjäll, Kleber & Slovic, 2012). Baron e Szymanska (2011) propõem o *utilitarismo*, ou o bem total que surge devido a uma escolha, como o seu padrão para avaliar a efetividade dos efeitos de uma escolha feita no contexto das contribuições para a caridade. O modelo utilitário que é aplicado por estes autores não pretende dizer às pessoas o quanto utilitaristas estas “devem ser”, mas simplesmente aceita a sua predisposição a doar tal como ela é. No entanto, existem provas de que as avaliações das vidas nem sempre seguem modelos normativos.

Com o aumento de vidas em risco, as pessoas tendem a exibir avaliações que se tornam progressivamente menos sensíveis a mudanças no número de vítimas. Esta *sensibilidade diminuída* ao valor das vidas foi estudada por Fetherstonhaugh *et al.* (1997).

Dickert *et al.* (2015) mostraram de que forma é que as avaliações intuitivas baseadas nas emoções pró-sociais podem levar à *insensibilidade ao âmbito* e a respostas subótimas a vidas em risco, o que se verifica ser um desvio das avaliações normativas. As avaliações que as pessoas fazem das vidas nem sempre são refletidas na ajuda oferecida. Por exemplo, em 2010, a resposta humanitária de ajuda no rescaldo do tremor de terra no Haiti (o qual afetou aproximadamente 3 milhões de pessoas), foi de mais de 3 bilhões de dólares. No mesmo ano, as inundações no Paquistão (afetaram aproximadamente 20 milhões de pessoas), e receberam apenas 2.2 bilhões de dólares (Global Humanitarian Assistance, 2013).

Dickert *et al.* (2015) referem formas de aumentar a sensibilidade ao âmbito, tais como melhorar as decisões afetivas das pessoas incentivando-as a respostas deliberativas apropriadas. Os mesmos explicam que recorrendo a descrições mais vivas das vítimas é possível aumentar a preocupação emocional pelas mesmas. O uso de narrativas, histórias pessoais das vítimas e imagens incentivam mais à ajuda do que a evidência de figuras numéricas abstratas.

Neste sentido, seguidamente, irão ser abordados alguns métodos que já foram estudados com vista ao aumento das doações para causas de vítimas estatísticas.

O *unit asking*, um método estudado por Hsee, Zhang, Lu e Xu (2013) consiste em pedir em primeiro lugar aos doadores para indicarem uma quantia hipotética para ajudar uma de N pessoas que carecem de ajuda, antes de pedir aos doadores para decidirem quanto é que estariam dispostos a doar para ajudar todas as pessoas que precisam de ajuda. Foi sugerido que este efeito deriva da avaliação das pessoas que, no caso de se tratar de uma avaliação única na qual um único valor é apresentado e avaliado, são relativamente insensíveis à magnitude do

valor, enquanto em avaliações conjuntas, nas quais múltiplos valores são avaliados, as pessoas tendem a ser muito mais sensíveis em relação à grandeza do mesmo (Hsee, 1996; Hsee & Zhang, 2010 e Moore, 1999).

É de salientar que, devido a restrições orçamentais, não é de esperar que a vontade das pessoas doarem para o total de pessoas seja  $N$  vezes superior ao que estariam dispostas a doar para uma pessoa. No entanto, este método funciona, fazendo com que aumente a consistência monetária das doações, pois, inicialmente os doadores são insensíveis ao âmbito, mas, subsequentemente, tornam-se consistentes em relação ao mesmo. Ariely, Loewenstein e Prelec (2003) sugerem que a primeira resposta a um estímulo que não é familiar é arbitrária e que, subsequentemente, as respostas seguintes são consistentes com a primeira, algo que os autores denominam *coerência arbitrária*.

De facto, as pessoas têm uma motivação intrínseca para serem consistentes com o que tenham dito ou feito anteriormente, e esta motivação faz então com que, quando os participantes sejam questionados acerca da sua vontade para doar para *uma* determinada pessoa, contribuam mais para  $N$  pessoas (Ariely, Loewenstein & Prelec, 2003; Freedman & Fraser, 1966).

Um outro método utilizado no aumento das doações tem que ver com a *eficácia percebida*, a qual se refere às percepções relativamente ao impacto que uma pessoa tem, por exemplo, no aumento das doações. É feita uma distinção entre duas formas de eficácia: a autoeficácia percebida e a eficácia de resposta (Bandura, 1977). A autoeficácia refere-se ao conjunto de crenças que uma pessoa tem de que é capaz de tomar os passos necessários para executar uma ação desejada. Por sua vez, a eficácia de resposta refere-se à percepção da pessoa de que os passos por si levados a cabo irão ter o resultado desejado (Bandura, 1977; Block & Keller, 1997; Keller, 2006).

Bendapudi, Singh e Bendapudi (1996) sugerem que, muitas vezes, as organizações de caridade podem querer focar-se em angariar fundos para

beneficiários únicos, uma vez que esses “alvos” induzem maiores percepções de autoeficácia, bem como de eficácia de resposta. No entanto, em situações em que a autoeficácia seja aumentada, as pessoas podem apresentar uma maior motivação para doar para beneficiários múltiplos do que a beneficiários únicos, uma vez que é possível as pessoas acreditarem que podem melhorar a vida não só de uma, mas de mais pessoas.

Sharma e Morwitz (2016) identificaram as relações entre *autoeficácia percebida* (uma pessoa acreditar que pode tomar os passos necessários de modo a ter impacto nas doações), *eficácia de resposta* (a pessoa acreditar que os passos por si levados a cabo irão ser efetivos), e *doações* para a caridade, verificando que a generosidade em direção a múltiplos beneficiários aumenta com o aumento da eficácia percebida. Os autores propõem que elevando as percepções de eficácia, as doações poderão aumentar, sendo a eficácia a medida na qual as pessoas pensam que possuem o dinheiro ou o tempo disponíveis para doarem para a caridade.

Outro ponto importante a referir no aumento das doações é a relação entre *entitativity* e as doações, estudada por Smith, Faro e Burson (2013). Este conceito refere-se ao grau no qual um grupo de indivíduos é visto como compreendendo uma única entidade coerente (Campbell, 1958). Smith *et al.* (2013) demonstraram que as pessoas podem doar mais para grandes números de vítimas, caso essas vítimas sejam percebidas como *entitative*, ou seja, compreendendo uma única unidade coerente. Hamilton e Sherman (1996) verificaram que um único indivíduo pode ser inerentemente mais *entitative* do que um grupo.

Os grupos são percebidos como mais *entitative* quando os seus membros partilham propriedades como a similitude, organização, interdependência, movimento e objetos comuns (Campbell, 1958; Lickel, Hamilton, Wierzchowska, Lewis, Sherman & Uhles, 2000). Famílias, equipas de desportos profissionais e bandas de rock são exemplos disto. Contrariamente, pessoas



juntas à espera de um autocarro numa paragem são percebidas como tendo menos *entitativity* (Lickel *et al.*, 2000).

Smith *et al.* (2013) demonstraram que a maior *entitativity* resulta em julgamentos mais extremos dos alvos de doação, normalmente gerando mais sentimentos de preocupação e, conseqüentemente, mais doações. Apresentar grandes números de vítimas num modo que as faça parecer unificadas pode ser uma forma de aumentar os apoios para casos de múltiplas vítimas. Segundo estes autores, a *entitativity* mais elevada aumenta as doações, quando os alvos partilham características primárias positivas, o que não se verifica quando os alvos partilham características primárias negativas. As doações para as vítimas dependem dos julgamentos que são feitos dessas vítimas, sendo que os alvos de doação que partilhem características negativas irão ser julgados de forma ainda mais negativa quando vistos como *entitative*, como o caso de crianças africanas que estavam na prisão por terem cometido crimes.

Outro ponto importante a referir no âmbito do presente estudo é a investigação da relação entre *fantasias positivas* e doações, que demonstrou ter resultados de elevada utilidade para as organizações sem fins lucrativos. Kappes, Sharma e Oettingen (2013) demonstraram que as fantasias positivas diminuem as doações de esforço, tempo ou dinheiro relativamente elevadas, mas não afetam a vontade de doar quantias mais baixas desses mesmos recursos. O efeito das fantasias positivas foi mediado pela perceção das doações como elevadas, relativamente à quantia de recursos pedida.

Fantasias positivas são simulações mentais, “representações imitativas de alguns eventos ou de uma série de eventos” (Taylor, Pham, Rivkin & Armor, 1998, p. 430), sendo estas relativas a visões imaginárias de eventos. As fantasias positivas permitem às pessoas experienciarem mentalmente um futuro desejado no presente, e conduzem a um relaxamento associado com o sucesso, ao invés de

levarem à energia necessária para uma ação esforçada (Kappes & Oettingen, 2011).

Concluindo, como demonstrado por Kappes *et al.*, (2013), as fantasias positivas podem diminuir as doações quando são exigidos às pessoas muitos recursos para resolver uma crise. Por este motivo, as organizações de caridade deverão ter em atenção não pedir quantias de recursos que possam parecer demasiado elevadas. Igualmente, os pedidos para a caridade deverão ser cautelosos quando encorajam as pessoas a imaginar um futuro positivo para a resolução de uma determinada crise.

## 1.4. Evidência

As organizações sem fins lucrativos têm que demonstrar que as causas que estão a apoiar são sérias e urgentes, de modo a que os potenciais doadores se apercebam da sua importância. De maneira a influenciar o valor percebido de um certo problema, uma estratégia que pode ser utilizada pelas organizações sem fins lucrativos é a inclusão de evidência sobre o problema (Reynolds & Reynolds, 2002), que pode ser apresentado de um modo mais estatístico ou de uma forma mais viva.

No que concerne ao tipo de evidência, há ideias bastante divergentes. Alguns autores sugerem que histórias mais vivas são mais convincentes do que histórias mais abstratas e com informação estatística, visto que são mais fáceis de evocar uma intuição mais forte (Green, 2006; Green & Brock, 2000; Green, Brock & Kaufman, 2004; Reinard, 1988 e Rook, 1987). No entanto, outros autores defendem o oposto: a evidência estatística é mais persuasiva relativamente aos relatos mais concretos (Allen & Preis, 1997 e Baesler & Burgoon, 1994).

Kopfman, Smith, Ah Yun e Hodges (1998) descobriram que as mensagens com evidência estatística, como por exemplo, inclusão de informação estatística, testemunhos, relatos narrativos e declarações factuais, produzem maiores resultados em todas as reações cognitivas. Estas reações estão subjacentes ao julgamento destas mensagens através do raciocínio, estando as mesmas relacionadas com a forma como o cérebro interpreta a informação captada do exterior. As narrativas mais concretas, como por exemplo, uma história mais viva de apenas uma possível vítima, produziram maiores resultados em todas as reações afetivas e emocionais. Estas reações surgem dos sentimentos e emoções que estas histórias provocam nas pessoas. Um exemplo de uma mensagem com evidência estatística é a seguinte “5000 pessoas irão morrer à fome caso não lhes seja dada a ajuda necessária”. Contrariamente, quando vemos uma mensagem que aborde um caso de uma pessoa apenas, por exemplo “Esta é a Ana, ela irá morrer à fome, caso não lhe seja dada a ajuda necessária”, referimo-nos a um relato concreto.

## 1.5. Enquadramento

Vários fatores das mensagens de captação de doações influenciam o aumento do valor percebido de um objetivo de caridade e o aumento das intenções de doação (Bendapudi *et al.*, 1996).

A investigação neste contexto é baseada em princípios básicos da teoria da prospeção (Kahneman & Tversky, 1979; Tversky & Kahneman, 1981).

Para uma melhor compreensão do que é realmente o enquadramento, segue-se o exemplo do “problema da doença asiática” (Tversky & Kahneman, 1981) relativo a uma doença que deveria matar 600 pessoas, onde foram propostos dois programas alternativos: “Se o programa A for adotado, 200 pessoas serão salvas”;

“Se o programa B for adotado, há uma probabilidade de um terço de que 600 pessoas sejam salvas e uma probabilidade de dois terços de que ninguém seja salvo”. Numa segunda versão do problema, os programas foram enquadrados de forma diferente: “Se o programa A’ for adotado, morrerão 400 pessoas”; “Se o programa B’ for adotado, há uma probabilidade de dois terços de morrerem 600 pessoas”. Como se pode verificar, os problemas A e A’, e B e B’ satisfazem o efeito de enquadramento, pois se um for verdade o outro também o é, sendo as suas consequências idênticas.

As diferentes escolhas nos dois exemplos, acima referidos, de enquadramentos abordados por Kahneman (2011) adaptam-se à teoria da prospeção, em que as escolhas entre apostas e coisas seguras são resolvidas de modo diferente, dependendo dos resultados serem bons ou maus. Os decisores tendem a preferir a coisa segura à aposta (são avessos ao risco) quando os resultados são bons. No entanto, os decisores tendem a rejeitar o seguro e a aceitar a aposta, quando ambos os resultados são negativos. Segundo Kahneman (2011) as preferências são acerca de problemas enquadrados e as intuições morais são acerca de descrições, não acerca da substância.

#### 1.5.1. Enquadramento *puro* e efeitos de *reflexão*

Segundo Tversky e Kahneman (1981), a avaliação do risco é feita com base nos seus possíveis resultados e respetivas probabilidades. No entanto, a mesma opção pode ser descrita de maneiras diferentes.

Levin, Schneider e Gaet (1998) explicam que Fagley (1993), seguindo Kahneman & Tversky (1979), argumentou uma outra distinção relativamente aos efeitos de enquadramento: a diferença entre efeitos de enquadramento *puro* e efeitos de *reflexão*.

Problemas como o *da doença asiática* (Tversky & Kahneman, 1981) fornecem efeitos de enquadramento *puro* porque os mesmos resultados são alternativamente formulados como se fossem ganhos ou como se tratassem de

perdas (salvar um terço de vidas ou perder dois terços). Kahneman (2011) dá também o exemplo da Itália e da França que se defrontaram na final do Campeonato do Mundo de 2006, cujo resultado poderia ser descrito por duas frases distintas: “A Itália ganhou” ou “A França perdeu”. Kahneman explica que para as finalidades do raciocínio lógico, as duas descrições do resultado do desafio são iguais, pois designam o mesmo estado do mundo.

No entanto, muitos autores descrevem problemas como casos de enquadramento, quando, na verdade, os resultados não são os mesmos. Nestes casos, as versões alternativas são diferentes, no sentido em que os resultados são literalmente ganhos ou perdas (ganhar 5 euros ou perder 5 euros). Fagley refere-se às mudanças nos comportamentos de risco nestes casos como sendo efeitos de *reflexão*.

Concluindo, quando se fala de duas ideias enquadradas de maneira diferente, enquadramento *puro*, ambas devem transmitir a mesma informação, utilizando apenas terminologia diferente.

### 1.5.2. Invariância

No que concerne ao enquadramento, uma das regras normativas importante de salientar é a *invariância*, que refere que mudanças na descrição dos resultados não deverão alterar a ordem de preferências e decisões (Tversky & Kahneman, 1981). Segundo esta regra normativa, os indivíduos deverão ser indiferentes às várias formas de enquadramento da mesma questão, onde diferentes representações do mesmo problema de escolha deverão levar à mesma preferência. No entanto, este princípio não se verifica, uma vez que descrições alternativas de um problema de decisão frequentemente levam a diferentes preferências, contrariamente a este princípio que está subjacente à teoria da escolha racional. Por conseguinte, não podemos esperar que a confiança das pessoas numa escolha particular assegure que a mesma venha a ser feita noutra enquadramento. Assim, trata-se de uma boa prática testar a solidez de

preferências através de tentativas deliberadas para enquadrar um problema de decisão de mais de uma maneira (Slovic, Fischhoff & Lichtenstein, 1980).

### 1.5.3. Enquadramento de mensagens em termos positivos e negativos

Segundo a teoria da prospeção (Kahneman & Tversky, 1979), a manipulação do enquadramento irá determinar se os resultados são avaliados em termos de ganhos ou de perdas.

O enquadramento das mensagens pode ser feito em termos positivos e em termos negativos (Detwiler, Bedell, Salovey, Pronin & Rothman, 1999; Rimer & Kreuter, 2006 e Rothman, Bartels, Wlaschin & Salovey, 2006). O enquadramento de informação em termos positivos ou negativos é uma estratégia de comunicação frequentemente utilizada para construir mensagens de campanhas. Por exemplo, angariações de fundos de organizações sem fins lucrativos, uma vez que a forma como uma mensagem é enquadrada pode influenciar a interpretação de um tópico sob discussão e, conseqüentemente, os julgamentos e decisões das pessoas (Levin, Schneider & Gaeth, 1998; Rothman, Kelly, Hertel & Salovey, 2003 e Tversky & Kahneman, 1981, 1991).

Um fator que pode afetar o grau de persuasão de mensagens enquadradas em termos positivos e negativos são os riscos percebidos associados ao comportamento em questão. Segundo a teoria da prospeção (Kahneman & Tversky, 1979), as pessoas são avessas ao risco quando estão perante ganhos certos, mas procuram-no quando estão perante perdas inevitáveis. Por este motivo, as mensagens enquadradas em termos negativos deverão ser mais efetivas em promover comportamentos associados com algum grau de risco ou resultados indesejados, do que mensagens enquadradas em termos positivos. O contrário verifica-se para comportamentos associados a ganhos certos ou benefícios.

Investigação no contexto de campanhas ligadas à saúde, mostrou que as mensagens em termos negativos são mais efetivas do que as colocadas em termos positivos em promover um comportamento, quando este é percebido como tendo um elevado grau de risco, sendo este o caso das pessoas com comportamentos sexuais de risco fazerem um teste ao VIH (Hull, 2012). Paralelamente, quando se trata de mensagens em termos positivos, estas são mais eficazes quando o foco é a promoção de determinados comportamentos. Por seu lado, o foco da mensagem deve ser na linha da prevenção quando se trata de perdas.

#### 1.5.3.1. Investigações no âmbito do enquadramento

Cao (2016) estudou o papel moderador das perceções dos doadores acerca da sua própria suscetibilidade às consequências negativas de não fazer uma doação. Por exemplo, as pessoas acreditarem que elas próprias ou os seus entes queridos poderão vir a sofrer de determinado problema, na persuasão de mensagens enquadradas em termos de ganhos ou de perdas. Estas mensagens destacavam os ganhos ou perdas recorrentes, das pessoas fazerem, ou não, doações para organizações de caridade. Assim, quanto maior for a susceptibilidade percebida do doador maior será a doação.

Na investigação desenvolvida por Cao (2016), tanto as mensagens em termos positivos como negativos começaram com a história de uma criança de 21 meses a quem foi diagnosticado cancro e que foi posteriormente levada para o hospital para tratamento. A criança recebeu o tratamento de que necessitava, apesar dos seus pais não terem dinheiro para o pagar. No apelo em termos positivos, as doações individuais foram para suportar a investigação inovadora e os cuidados no hospital. “Estas contribuições permitem ao hospital salvar 7 de 10 crianças como a Lisa que vieram para o hospital para tratamento.” Relativamente ao apelo em termos negativos, foi dito aos participantes que a investigação inovadora e os cuidados no hospital não aconteceriam sem as doações individuais: “Sem as

doações, o hospital não consegue prevenir a morte de 7 em cada 10 crianças como a Lisa” (Cao, 2016, p.7).

Os resultados do estudo de Cao (2016) demonstraram que o aumento da suscetibilidade percebida, como por exemplo a perda de crianças que os doadores conhecem ou amam devido a doenças como o cancro, aumentou significativamente as intenções de doação, face a anúncios colocados em termos negativos e não a anúncios colocados em termos positivos. No entanto, os tipos de mensagens não tiveram um efeito significativo nas intenções de doação. Neste estudo, não se verificou um efeito de interação significativo entre os tipos de mensagens e a suscetibilidade percebida nas intenções de doação. É de notar que, de acordo com as implicações práticas desta investigação, as organizações de caridade comprometidas com causas que afetam a vida de muitas pessoas podem conseguir mais doações individuais caso utilizem mensagens enquadradas em termos negativos.

Das, Kerkhof e Kuiper (2008) manipularam o enquadramento das mensagens, o tipo de evidência e a comunicação da realização do objetivo de caridade numa mensagem para a fundação da lepra holandesa. Nas mensagens com enquadramento negativo, foi transmitido aos participantes que, “quando os pacientes não são tratados rapidamente, todas essas consequências horríveis se podem tornar realidade.” Nas mensagens com enquadramento positivo, foi transmitido aos participantes que “com um tratamento médico intensivo, a lepra pode ser curada. Um tratamento atempado consegue prevenir as consequências horríveis da lepra de ocorrerem” (Das, Kerkhof e Kuiper, p. 167).

Os resultados demonstraram que a evidência relativa apenas a um indivíduo, é mais persuasiva quando combinada com um enquadramento em termos positivos, e que a evidência estatística é mais persuasiva quando combinada com um enquadramento em termos negativos.



Chang e Lee (2009) estudaram a influência do enquadramento das mensagens, da valência de imagens (imagem positiva *vs.* imagem negativa) e do enquadramento temporal (curto prazo *vs.* longo prazo) num anúncio de caridade no contexto da pobreza infantil com o intuito de verificarem qual dos anúncios seria mais vantajoso no aumento das doações para organizações sem fins lucrativos. Estes autores utilizaram dois anúncios, cada um deles com uma imagem diferente de uma criança com objetos metafóricos na boca, ilustrando as diferentes condições de vida que se poderão verificar na vida do bebé. A imagem com valência positiva consistia numa imagem de um bebé com uma colher na boca (representação de uma vida boa, com oportunidades e prosperidade), com a seguinte descrição: “Todas as crianças deveriam nascer com uma colher de prata. Com a sua doação a sua vida poderá tornar-se esperançosa. Morrem cerca de 11 milhões de crianças por ano devido à pobreza”. Ao invés, a imagem com valência negativa consistia na imagem de um bebé com uma barata na boca (condições de vida pobres e precárias), com a seguinte descrição: “Não há colheres de prata para crianças que nascem na pobreza. Sem a sua doação, as suas vidas não terão esperança. Devido à pobreza morrem por hora cerca de 1200 crianças” (Chang e Lee, 2009, pp. 2919-2920).

Os autores verificaram que um enquadramento temporal de curto prazo, potencia os efeitos de uma mensagem enquadrada negativamente acompanhada por uma apresentação ilustrativa negativa. Alternativamente, um enquadramento temporal de longo prazo, aumenta o potencial da publicidade de uma mensagem enquadrada positivamente com uma imagem ilustrativa igualmente positiva.

#### 1.5.3.1.1. Possível crítica conceptual às investigações descritas anteriormente

Na metodologia utilizada por Cao (2016), a investigação é colocada como um caso de enquadramento de mensagens. No entanto, salvar 7 em cada 10 crianças e não conseguir prevenir a morte de 7 em cada 10 crianças não são a mesma coisa.

Seguindo a lógica do *problema da doença asiática* (Tversky & Kahneman, 1981) e a linha de raciocínio de Fagley (1993), considera-se que este caso trata de efeitos de *reflexão* e não de efeitos de enquadramento *puro*, uma vez que o resultado esperado de ambas as hipóteses é diferente.

No caso da investigação de Chang e Lee (2009) foram manipuladas três variáveis. Relativamente à valência de imagens utilizada (imagem positiva *vs.* negativa) considera-se que não se trata de um efeito de enquadramento visto que uma imagem de um bebé com uma colher *vs.* bebé com uma barata na boca, não transmite a mesma informação aos leitores. Um indivíduo que leia o anúncio em termos positivos (bebé com a colher na boca) não tem exatamente a mesma informação de um indivíduo que leia o anúncio em termos negativos (bebé com uma barata na boca). Como tal, considera-se que este é um caso de efeitos de *reflexão* e não de efeitos de enquadramento *puro*.



# Capítulo 2

## Estudo experimental

### 2.1. Objetivo e hipóteses do estudo

Neste capítulo pretende-se interligar a componente teórica e a empírica dos estudos. Para tal, irá ser apresentado o objetivo, as questões e as hipóteses desta investigação. Será, também, analisado o método de recolha e de análise de dados, tendo em conta a metodologia escolhida para a realização da investigação.

Primeiramente, é necessário explicar a importância da investigação no âmbito das doações. Warren e Walker (1991) explicam que, apesar da literatura na área da psicologia social sobre comportamentos de ajuda ser vasta, a maioria dos estudos não é aplicável na prática às organizações de caridade. Os autores afirmam que essa literatura é orientada para testes de hipóteses e construção de teoria, examinando frequentemente comportamentos de ajuda atípicos de ações de ajuda da vida real, tendendo a não criar conhecimento sobre comportamentos típicos da vida real.

Frequentemente, as organizações de caridade incentivam às doações direcionando os doadores em ajudar um único beneficiário. Sendo os indivíduos inerentemente insensíveis a um grande número de vítimas, a presente investigação tem como principal objetivo estudar formas de aumentar as doações

para causas sociais, tanto para beneficiários únicos como múltiplos que as organizações sem fins lucrativos possam utilizar. Para esse efeito, nos dois primeiros estudos irão ser estudados os efeitos de enquadramento *puro* de mensagens de caridade em termos positivos e negativos, nos outros dois irão ser estudados os efeitos de *reflexão* em termos positivos e negativos.

Assim, esta dissertação é composta por quatro estudos: três realizados em Portugal e um realizado nos Estados Unidos, sendo que para todos foi utilizada metodologia experimental e a informação que consta nos mesmos é baseada em dados reais. O Estudo I (E<sub>1</sub>) é composto por seis cenários diferentes (C<sub>1</sub> a C<sub>6</sub>); o Estudo II (E<sub>2</sub>) é composto por quatro cenários diferentes (C<sub>1</sub> a C<sub>4</sub>) e os Estudos III (E<sub>3</sub>) e IV (E<sub>4</sub>) são constituídos por dois cenários diferentes (C<sub>1</sub> a C<sub>2</sub>). Cada participante de cada um dos estudos responde apenas a um cenário.

E<sub>1</sub> e E<sub>2</sub> foram realizados em Portugal e tiveram como base o enquadramento *puro* das mensagens, visto que em todos os cenários apresentados, a informação apresentada foi exatamente a mesma, variando apenas a apresentação em termos positivos ou negativos (Apêndices A e B, respetivamente).

E<sub>3</sub> e E<sub>4</sub> não operacionalizam os efeitos de enquadramento *puro*, visto que as mensagens em termos positivos e negativos não transmitem aos participantes a mesma informação. Assim, consideram-se estes estudos como sendo efeitos de *reflexão*, e não de enquadramento. Estes dois estudos são idênticos, sendo que um foi realizado em Portugal (E<sub>3</sub>) e o outro nos Estados Unidos (E<sub>4</sub>), pois, para além de estudar as implicações práticas nas doações, também se considerou relevante estudar as diferenças nos comportamentos dos indivíduos destes dois países no âmbito das doações. Estes estudos apenas operacionalizam a vítima estatística, uma vez que se considera que a lacuna na investigação científica é maior relativamente a este tipo de vítima (Apêndices C e D, respetivamente).

Os participantes do E<sub>4</sub> foram compensados monetariamente pela sua participação podendo, com esta iniciativa, aumentar a possibilidade dos dados recolhidos se aproximarem de casos da vida real.

As mensagens são distintas nos diferentes estudos, visto que E<sub>1</sub> e E<sub>2</sub> tratam de casos de enquadramento e E<sub>3</sub> e E<sub>4</sub> tratam de efeitos de *reflexão*. No entanto, as questões colocadas aos inquiridos foram idênticas em todos os estudos, variando apenas a primeira questão de cada estudo.

Em todos os estudos, os indivíduos foram confrontados com 6 questões, sendo estas baseadas no montante de doação que estariam dispostos a doar<sup>1</sup>: quão racional consideravam que tinha sido a sua decisão; quão felizes se sentiriam se pudessem efetivamente realizar a doação; quão generosos se sentiriam em fazer a mesma; quão emocionados se sentiram com o caso que estavam a ler, quanto à valência da mesma (se era uma emoção que evocava sentimentos positivos ou negativos) e relativamente à intensidade (se a emoção era forte ou fraca) e breves questões sociodemográficas.

### 2.1.1. Hipóteses e questões de investigação

Esta investigação é composta por 10 hipóteses:

*H*<sub>1</sub>: o valor médio doado pelos inquiridos não é igual nos diferentes cenários.

*H*<sub>2</sub>: os cenários com vítima identificável apresentam maior intenção de doação do que os cenários com vítima estatística – *EVI*.

*H*<sub>3</sub>: os cenários com vítima identificável e enquadramento positivo apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima identificável e enquadramento negativo.

*H*<sub>4</sub>: os cenários com vítima estatística e efeitos de enquadramento/*reflexão* em termos positivos apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima estatística e efeitos de enquadramento/*reflexão* em termos negativos.

---

<sup>1</sup> Note-se que nos quatro estudos se tratam de intenções de doação e não de doações efetivas.

*H<sub>5</sub>*: o cenário com fotografia da vítima identificável apresenta maior intenção de doação relativamente aos cenários sem fotografia da vítima identificável.

*H<sub>6</sub>*: os inquiridos do sexo feminino demonstram maior intenção de doação relativamente aos inquiridos do sexo masculino.

*H<sub>7</sub>*: quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação.

*H<sub>8</sub>*: quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação.

*H<sub>9</sub>*: quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar.

*H<sub>10</sub>*: quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar.

A presente investigação pretende responder às seguintes questões:

*Q<sub>1</sub>*: Qual dos tipos de efeitos de enquadramento *puro*, positivos *vs.* negativos, tem mais impacto no aumento das doações para causas sociais?

*Q<sub>2</sub>*: Qual dos tipos de efeitos de *reflexão*, positivos *vs.* negativos, tem mais impacto no aumento das doações para causas sociais?

## 2.2. Metodologia: desenho experimental

A parte exploratória desta dissertação é constituída por quatro estudos independentes, de carácter descritivo e de natureza quantitativa. Em todos os estudos as vítimas são as mesmas: a vítima identificável é uma criança moçambicana chamada Sílvia e a vítima estatística são crianças africanas, não sendo especificado de quantas se tratam.

Os participantes de E<sub>1</sub>, E<sub>2</sub> e E<sub>3</sub> receberam um convite, via correio eletrónico e redes sociais, para participarem no estudo, a realizar no computador de cada participante, tendo estes sido realizados através da ferramenta *Qualtrics*. Os dados foram automaticamente armazenados e anonimizados. A adesão aos questionários foi bastante satisfatória e a sua aplicação decorreu sem dificuldade. Os participantes foram aleatoriamente e automaticamente alocados a um dos cenários do estudo no qual estavam a participar. Foi feita uma distribuição cuidadosa dos diferentes estudos de modo a garantir que uma pessoa apenas respondesse a um deles de forma a não enviesar os resultados. Os participantes, antes de reponderem ao questionário tiveram oportunidade de ler uma introdução que referia que o objetivo do mesmo era o estudo das doações para causas sociais (Apêndices A<sub>1</sub>, B<sub>1</sub>, C<sub>1</sub> e D<sub>1</sub>).

Os participantes de E<sub>4</sub> participaram voluntariamente, através da ferramenta *Amazon Mechanical Turk*, a troco de 1 dólar pela sua participação, tendo sido igualmente alocados aleatoriamente a um dos cenários possíveis.

A presente investigação é experimental, tendo um desenho *between – group*, ou seja, utiliza grupos diferentes de participantes para cada uma das diferentes condições da experiência, sendo que cada participante pertence apenas a um grupo experimental (Field & Hole, 2003) e é submetido apenas a um único cenário (Vanderstoep & Johnston, 2009).

A atribuição aleatória permite a alocação dos participantes aos diferentes cenários, levando a que todos os participantes tenham a mesma probabilidade de serem distribuídos em cada uma das condições da experiência e assegurando que qualquer diferença que possa ocorrer entre o grupo é o resultado do cenário e não de algum outro fator. Assim, a atribuição aleatória torna-se uma ferramenta importante para o balanceamento de diferenças individuais à medida que aumenta o número de participantes (Vanderstoep & Johnston, 2009).



Todos os questionários foram validados através de pré-testes, e cada um deles foi aplicado a um conjunto de 15 participantes (recolhidos por conveniência). O tempo médio de resposta foi de aproximadamente 3 minutos. Uma vez que os participantes não sentiram dificuldades com as questões, e não tendo sido detetados erros no preenchimento dos questionários, estes não sofreram quaisquer alterações. As respostas resultantes dos pré-testes não foram incluídas em nenhum dos quatro estudos desta investigação.

### 2.2.1. Efeitos de enquadramento *puro* e efeitos de *reflexão*

O método de estudo que se considerou ser mais interessante para estudar o aumento das doações para causas sociais foi através das mensagens de caridade pois, como já foi referido, a forma como a mensagem é apresentada às pessoas pode ter grandes efeitos no total dos donativos. Dentro das mensagens de caridade, foi estudado o efeito de enquadramento *puro* em termos positivos e negativos em E<sub>1</sub> e E<sub>2</sub> e foram estudados efeitos de *reflexão*, em termos positivos e negativos, em E<sub>3</sub> e E<sub>4</sub>. Ambas as formas de estudar as mensagens de caridade podem ser aplicadas na vida real às organizações de caridade e, por esse motivo, considerou-se útil e interessante o seu estudo.

Foi feita uma separação entre as duas metodologias utilizadas (enquadramento *puro* e efeitos de *reflexão*) pois, como já foi referido no Capítulo 1, o enquadramento está relacionado com a apresentação de maneiras distintas de apresentar exatamente a mesma informação, o que não se verifica nos efeitos de *reflexão*.

Tendo como base o *problema da doença asiática*, Tversky e Kahneman (1981), E<sub>1</sub> e E<sub>2</sub> foram colocados como casos de enquadramento, visto que em todos os cenários destes estudos foi abordada a consequência de existirem doações, não tendo sido abordada a questão de não existirem doações, e a informação fornecida em termos de ganhos e de perdas é exatamente a mesma (Apêndices A<sub>11</sub> a A<sub>16</sub> e B<sub>11</sub> a B<sub>14</sub>).

Em E<sub>1</sub> e E<sub>2</sub> foi utilizado o exemplo seguinte: “Com a ajuda das doações, 7 em cada 10 crianças poderão continuar a frequentar a escola e a fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia” *vs.* “Com a ajuda das doações, somente 3 em cada 10 crianças continuarão a não poder frequentar a escola, e a não conseguir fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia”. Como se pode verificar, a informação é exatamente a mesma em ambas as frases, variando apenas o seu enquadramento, cujo resultado pode ser medido em termos de ganhos ou de perdas, respetivamente.

A informação apresentada aos indivíduos em E<sub>3</sub> e E<sub>4</sub> não é exatamente a mesma quando se trata da informação em termos positivos *vs.* negativos, e por isso, considera-se a mesma como efeitos de *reflexão*, em termos positivos *vs.* negativos. Considerou-se interessante estudar os efeitos de *reflexão*, uma vez que não se verificaram alguns dos resultados esperados nos estudos relativos aos efeitos de enquadramento *puro*.

A mensagem em termos positivos aborda as consequências positivas das doações, contrariamente à mensagem em termos negativos em que são abordadas as consequências negativas de não existirem doações. As mensagens abordadas em E<sub>3</sub> e E<sub>4</sub> foram: “Com a ajuda das doações, 7 em cada 10 crianças poderão frequentar a escola e fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia” *vs.* “Sem a ajuda das doações, 7 em cada 10 crianças não poderão frequentar a escola, e não conseguirão fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia”. O resultado esperado não é o mesmo em ambos os casos e, por esse motivo, segundo a lógica de Kahneman e Tversky (1979) e Fagley (1993) não se pode considerar este como sendo um caso de enquadramento de mensagens.

### 2.2.2. Tipos de vítimas

Na presente investigação é abordada a vítima identificável *vs.* vítima estatística. Os problemas abordados em ambos os casos são relativos ao VIH,

subnutrição e escolaridade das crianças moçambicanas. Os dados apresentados aos participantes são dados reais, sendo que os dados relativos à vítima identificável foram dados fornecidos pela ATACA – *Associação de Tutores e Amigos da Criança Africana*, organização sem fins lucrativos situada na cidade do Porto<sup>2</sup>.

#### 2.2.2.1. Vítima identificável

A vítima identificável presente nesta investigação chama-se Silvestre, uma criança africana nascida no dia 20 de junho de 2010. O Silvestre vive com o pai, a avó, a madrasta, o tio e 4 irmãos. A sua mãe faleceu com VIH e o seu pai toma medicação, pois também está infetado com esta doença. Nenhuma das crianças tem VIH. Esta criança vive na província da Zambézia, zona de Quelimane.

No que concerne à nutrição, a alimentação da família é idêntica à da maioria das famílias que residem nos bairros desta zona de África. Fazem duas refeições por dia à base de *chima* (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz, sendo que a maioria das famílias acompanha a *chima* ou o arroz com caril (guisado) de algum outro alimento que consigam comprar ou trocar.

O Silvestre frequenta a segunda classe. O que faz com que esta criança tenha menos riscos de abandonar a escola é o facto de ser apoiada pela ATACA pois, para beneficiarem dos seus projetos, as crianças devem frequentar a escola e comprová-lo.

Nos estudos, o seu nome aparecerá como Sílvio, de modo a proteger a sua identidade.

##### 2.2.2.1.1. Utilização de imagens no estudo

Burt e Strongman (2004) investigaram o poder das imagens nas doações, e afirmaram que os participantes se podem sentir mais inclinados a doar quando as imagens expressam determinadas emoções. Por exemplo, uma imagem de

---

<sup>2</sup> ATACA. <http://www.ataca.org/>

uma criança triste poderá sugerir que a resposta apropriada seja doar, enquanto que uma imagem de uma criança feliz poderá não provocar essa mesma resposta, pelo menos não rapidamente. Por outro lado, ver num anúncio de caridade uma criança feliz como resultado das doações recebidas poderá ter uma influência maior sobre os doadores. Burt e Strongman (2004) concluíram que: imagens de crianças usadas por organizações de caridade provocam reações emocionais; imagens de crianças que evoquem emoções negativas produzem doações potencialmente maiores do que as imagens de crianças que evoquem emoções positivas e, relativamente à manipulação da intensidade emocional dessas crianças, quanto maior for a emoção negativa evocada pela imagem de uma criança, potencialmente maiores serão as doações.

Neste sentido, em E<sub>1</sub> foi utilizada uma imagem de uma criança na parte referente à vítima identificável. A imagem não será a fotografia do Silvestre, de forma a proteger a sua identidade.



**Figura 1:** Imagem da vítima identificável do presente estudo. Fonte: <https://pixabay.com/pt/%C3%B3rf%C3%A3o-%C3%A1frica-africano-crian%C3%A7a-1139042/>.

#### 2.2.2.2. Vítima estatística

Relativamente à vítima estatística, em todos os estudos foram utilizados dados estatísticos relativos aos problemas do VIH, desnutrição e escolaridade das crianças moçambicanas.

Um dos maiores problemas em África é o VIH. Em 2016, 120 mil crianças menores de 14 anos morreram de causas relacionadas com a SIDA e 18 foram infetadas pelos vírus do VIH a cada hora (UNICEF Moçambique<sup>3</sup>).

Relativamente à desnutrição crónica, poucos progressos foram registados na redução da mesma, que se mantém num dos níveis mais elevados do mundo, afetando 43% das crianças menores de 5 anos. A situação da desnutrição crónica constitui uma crise, contribuindo para a mortalidade em menores de 5 anos e limitando o desenvolvimento intelectual das crianças (UNICEF Moçambique, 2014).

O sector da educação viu os seus progressos estagnarem nos últimos anos. Quase um terço das crianças ainda não inicia a primeira classe à idade certa (6 anos). O baixo nível de aprendizagem tem-se tornado uma questão de crescente preocupação. As taxas de aprovação (no fim do ensino primário) mostram uma tendência de queda, dos 80% nos anos 2004-2008 para 72% em 2011, segundo os dados do Ministério da Educação de Moçambique (UNICEF Moçambique).

#### 2.2.3. Métodos estatísticos

Após a recolha de informação (com recurso à ferramenta *Qualtrics*), os dados foram tratados no Microsoft Excel 2010® e SPSS Statistics 22.0®. Para comparar variáveis normalmente distribuídas, utilizou-se o teste t de Student (bicaudal) para duas amostras independentes (estatística de teste: t) e o teste da ANOVA para mais do que duas amostras independentes (estatística de teste: F). Neste caso, os dados são descritos pela média (M), desvio-padrão ( $\sigma$ ), valor mínimo

---

<sup>3</sup> UNICEF Moçambique: <http://www.unicef.org.mz/>

(min) e valor máximo (máx). A normalidade das distribuições foi testada usando o teste Kolmogorov-Smirnov (estatística de teste: KS).

No caso de distribuições não-normais, utilizaram-se os testes não paramétricos de comparação de medianas de duas amostras independentes (Mann-Whitney, estatística de teste: MW) e de comparação de medianas de mais do que duas amostras independentes (Kruskal-Wallis, estatística de teste:  $\chi^2$ ). No caso do teste da ANOVA ou do Kruskal-Wallis apresentarem diferenças significativas entre os grupos, são efetuadas comparações múltiplas entre os pares de grupo, de forma a detetar entre que grupos é que existem essas diferenças. No caso das variáveis ordinais ou de variáveis contínuas não-normais, apesar da mediana ser a medida de tendência central mais adequada, optou-se por apresentar a média e o respetivo desvio-padrão, para facilitar a leitura desta dissertação.

Para testar a independência entre distribuições categóricas, utilizou-se o teste do Qui-quadrado para a independência (estatística de teste:  $\chi^2$ ). Para descrever variáveis categóricas, utilizaram-se as frequências N (%). Para medir a correlação linear entre variáveis com distribuição normal, apresenta-se o coeficiente de correlação de Pearson, R, considerando-se que, para valores iguais ou superiores a 0.7, a associação linear é alta. Para medir a correlação linear entre variáveis ordinais ou contínuas não-normais, apresenta-se o coeficiente de correlação de Spearman, S, considerando que, para valores iguais ou superiores a 0.7, a associação linear é alta. Valores de  $p \leq 0.05$  são considerados significativos.



## Capítulo 3

### Análise de resultados

#### 3.1. Estudo 1

O primeiro estudo (E<sub>1</sub>) consistiu num questionário *online*, que teve como objetivo avaliar se a quantia doada pelos participantes estava significativamente associada ao cenário do questionário. Neste estudo o tipo de vítima apresenta dois níveis – identificável e estatística e o questionário é constituído por seis cenários diferentes (C<sub>1</sub> a C<sub>6</sub>), onde cada participante apenas respondeu a um deles, através da ferramenta *Qualtrics* (Apêndice A<sub>1</sub>).

C<sub>1</sub> (Apêndice A<sub>11</sub>) consiste numa vítima identificável (uma criança – Sílvia), tendo um enquadramento em termos positivos – a criança irá conseguir frequentar a escola e fazer duas refeições por dia, sem fotografia da criança; C<sub>2</sub> (Apêndice A<sub>12</sub>) apresenta a mesma vítima identificável tendo um enquadramento em termos positivos, e com fotografia da criança; C<sub>3</sub> (Apêndice A<sub>13</sub>) consiste na vítima identificável tendo um enquadramento em termos negativos, a criança não conseguirá ir à escola nem fazer duas refeições por dia, e sem fotografia da criança; C<sub>4</sub> (Apêndice A<sub>14</sub>) consiste na vítima identificável tendo um enquadramento em termos negativos, e com fotografia; C<sub>5</sub> (Apêndice A<sub>15</sub>) consiste na apresentação da vítima estatística, informações estatísticas de



crianças africanas, com um enquadramento em termos positivos e, por último, C<sub>6</sub> (Apêndice A<sub>16</sub>) consiste na apresentação da vítima estatística, com um enquadramento em termos negativos.

E<sub>1</sub> foi realizado no período de 9 de maio de 2017 a 14 de maio de 2017.

No Apêndice A, é possível visualizar a caracterização da amostra deste estudo (A<sub>2</sub>), a relação entre o valor doado e a idade dos inquiridos (A<sub>3</sub>), a relação entre o valor doado e o nível de racionalidade dos participantes (A<sub>4</sub>), e ainda a relação entre os cenários e nível de felicidade (A<sub>5</sub>), nível de generosidade (A<sub>6</sub>), nível de racionalidade (A<sub>7</sub>), nível de emoção quanto ao valor (A<sub>8</sub>) e nível de emoção quanto à intensidade (A<sub>9</sub>).

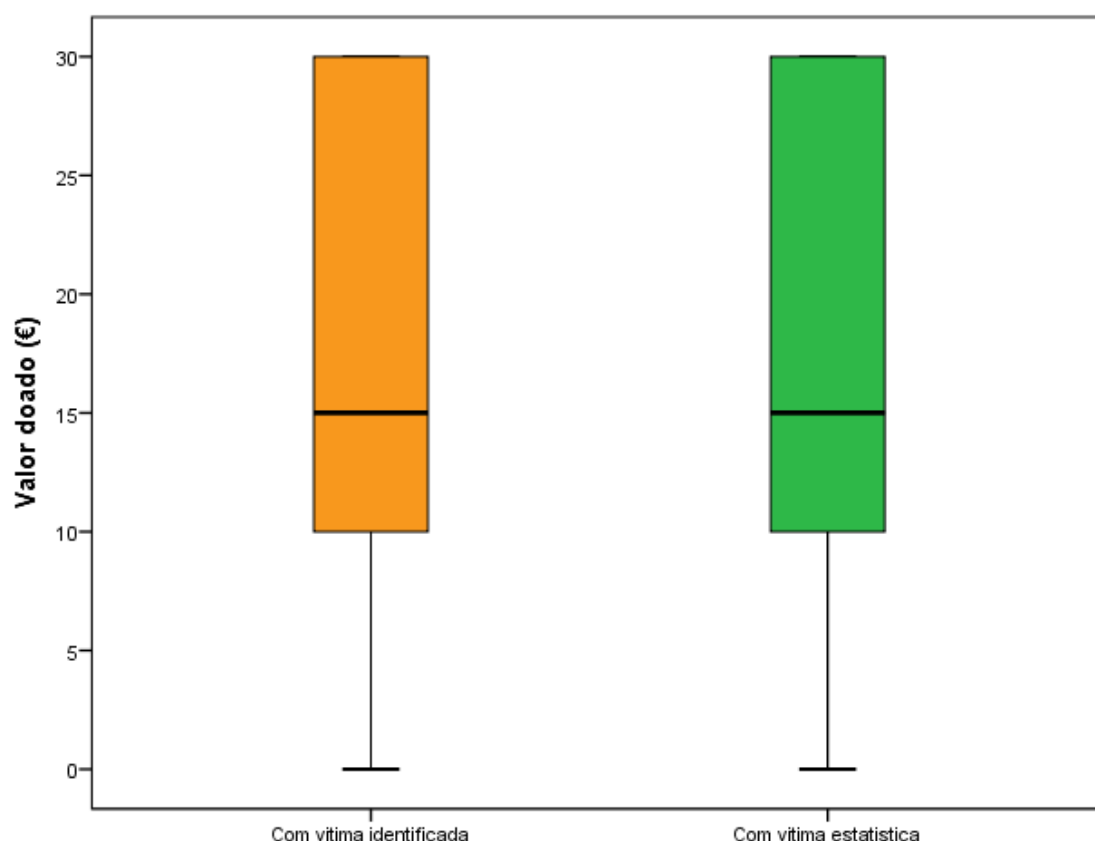
### 3.1.1. *H*<sub>1</sub>: o valor médio doado pelos inquiridos não é igual nos diferentes cenários

O valor doado é uma variável contínua que varia entre 0€ e 30€. Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos nos seis cenários em análise, efetuou-se o teste Kruskal- Wallis (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos cenários). C<sub>1</sub>: KS = 0.185;  $p < 0.001$ . C<sub>2</sub>: KS = 0.175;  $p < 0.001$ . C<sub>3</sub>: KS = 0.226;  $p < 0.001$ . C<sub>4</sub>: KS = 0.196;  $p < 0.001$ . C<sub>5</sub>: KS = 0.136,  $p = 0.029$ . C<sub>6</sub>: KS = 0.224,  $p < 0.001$ . Verificou-se que não existem diferenças significativas ( $\chi^2 = 2.150$ ;  $p = 0.828$ ), ou seja, não se verifica *H*<sub>1</sub>. No entanto, é possível observar que o cenário com a média de doação mais elevada foi o C<sub>3</sub> (vítima identificável - enquadramento em termos negativos sem fotografia da criança):

C<sub>1</sub>: M = 17.06€;  $\sigma = 0.12$ €; min = 0€; máx = 30€. C<sub>2</sub>: M = 16.17€;  $\sigma = 10.03$ €; min = 0€; máx = 30€. C<sub>3</sub>: M = 18.92€;  $\sigma = 10.01$ €; min = 0€; máx = 30€. C<sub>4</sub>: M = 17.49€;  $\sigma = 9.86$ €; min = 0€; máx = 30€. C<sub>5</sub>: M = 17.06€;  $\sigma = 9.05$ €; min = 0€; máx = 30€. C<sub>6</sub>: M = 18.05€;  $\sigma = 9.38$ €; min = 0€; máx = 30€.

3.1.2.  $H_2$ : os cenários com vítima identificável apresentam maior intenção de doação do que os cenários com vítima estatística – *EVI*

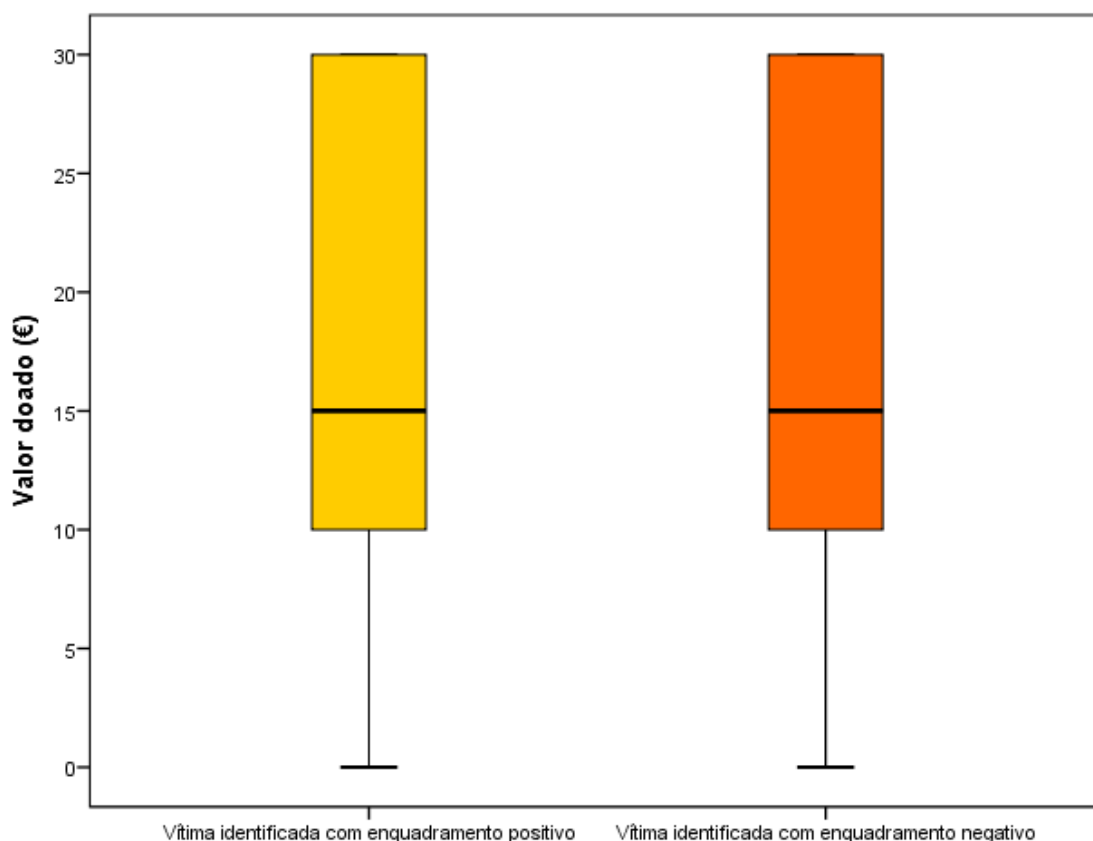
Para testar  $H_2$ , dividiu-se a amostra em dois grupos:  $G_1$  - com vítima identificável (Cenários 1, 2, 3 e 4) *vs.*  $G_2$  - com vítima estatística (Cenários 5 e 6). Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos nestes dois grupos, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos dois grupos).  $G_1$ :  $KS = 0.197$ ;  $p < 0.001$ .  $G_2$ :  $KS = 0.180$ ;  $p < 0.001$ . Verificou-se que não existem diferenças significativas ( $MW = 9300$ ;  $p = 0.824$ ), ou seja, não se verifica  $H_2$  (observável no Gráfico 1). Assim sendo, os cenários que apresentam a vítima identificável não obtiveram uma intenção de doação significativamente maior relativamente aos cenários com vítima estatística.



**Gráfico 1:** Distribuição do valor doado (€) em  $G_1$  - vítima identificável e  $G_2$  - vítima estatística.  
Fonte: construção própria.

3.1.3.  $H_3$ : os cenários com vítima identificável e enquadramento positivo apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima identificável e enquadramento negativo

Para testar  $H_3$ , dividiu-se a amostra em dois grupos:  $G_1$  - com vítima identificável com enquadramento positivo (Cenários 1, 2,) *vs.*  $G_2$  - com vítima identificável e enquadramento negativo (Cenários 3 e 4). Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos nestes dois grupos, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos dois grupos).  $G_1$ : KS = 0.181;  $p < 0.001$ .  $G_2$ : KS = 0.211;  $p < 0.001$ . Verificou-se que não existem diferenças significativas (MW = 5029.5;  $p = 0.265$ ), ou seja, não se verifica  $H_3$  (observável no Gráfico 2). Assim, os cenários que apresentam a vítima identificável com enquadramento positivo não obtiveram uma intenção de doação significativamente diferente dos cenários com vítima identificável com enquadramento negativo.

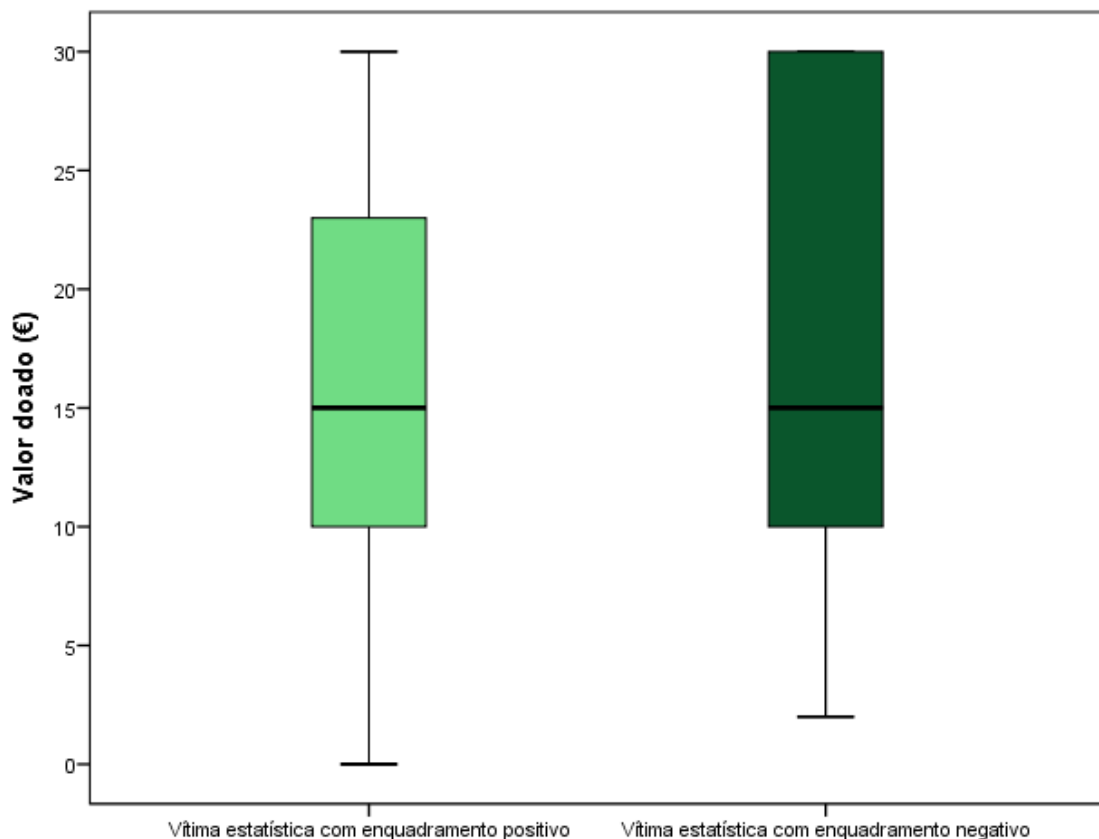


**Gráfico 2:** Distribuição do valor doado (€) em G<sub>1</sub> - vítima identificável com enquadramento positivo *vs.* G<sub>2</sub> - vítima identificável com enquadramento negativo. Fonte: construção própria.

3.1.4.  $H_4$ : o cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento em termos positivos apresenta um valor médio de doação diferente do cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento em termos negativos

Para testar  $H_4$ , dividiu-se a amostra em dois grupos: G<sub>1</sub> - com vítima estatística com enquadramento positivo (Cenário 5) *vs.* G<sub>2</sub> - com vítima estatística e enquadramento negativo (Cenário 6). Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos nestes dois grupos, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos dois grupos). G<sub>1</sub>: KS = 0.136;  $p = 0.029$ . G<sub>2</sub>: KS = 0.224;  $p < 0.001$ . Verificou-se que não existem diferenças significativas (MW = 978.5;  $p = 0.792$ ), não se verificando  $H_4$  (observável no Gráfico 3). Assim sendo, os cenários que apresentam a vítima estatística com enquadramento positivo não obtiveram uma

intenção de doação significativamente diferente dos cenários com vítima estatística com enquadramento negativo. No entanto, é possível observar através do Gráfico 3 que as intenções de doação no G<sub>2</sub> foram mais dispersas relativamente ao G<sub>1</sub>, tendo-se verificado quantias de doação mais elevadas no G<sub>2</sub>.

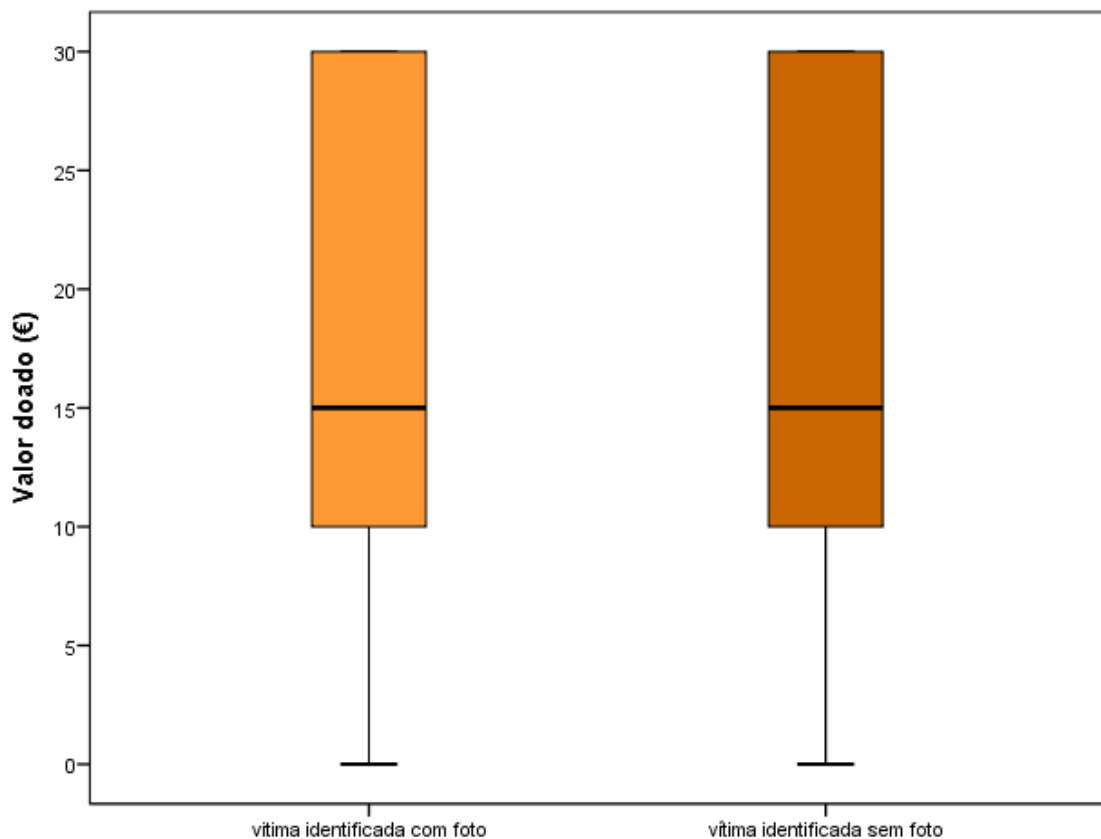


**Gráfico 3:** Distribuição do valor doado (€) em G<sub>1</sub> - vítima estatística com enquadramento positivo *vs.* G<sub>2</sub> - vítima estatística com enquadramento negativo. Fonte: construção própria.

3.1.5.  $H_5$ : os cenários com fotografia da vítima identificável apresentam maior intenção de doação relativamente aos cenários com vítima identificável sem fotografia da mesma

Para avaliar  $H_5$ , dividiu-se a amostra em dois grupos: G<sub>1</sub> - vítima identificável com fotografia (Cenários 2 e 4) *vs.* G<sub>2</sub> - vítima identificável sem fotografia (Cenários 1 e 3). Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos nestes dois grupos, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos dois grupos). G<sub>1</sub>:

KS = 0.187;  $p < 0.001$ . G<sub>2</sub>: KS = 0.207;  $p < 0.001$ . Verificou-se que não existem diferenças significativas (MW = 5158;  $p = 0.434$ ), não se verificando  $H_5$  (observável no Gráfico 4). Assim, os cenários que apresentam vítima identificável com fotografia não obtiveram uma intenção de doação significativamente diferente dos cenários com vítima identificável sem fotografia.



**Gráfico 4:** Distribuição do valor doado (€) em G<sub>1</sub> - vítima identificável com fotografia *vs.* G<sub>2</sub> - vítima identificável sem fotografia. Fonte: construção própria.

3.1.6.  $H_6$ : os inquiridos do sexo feminino demonstram maior intenção de doação relativamente aos inquiridos do sexo masculino

Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos do sexo masculino *vs.* sexo feminino, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos sexos. Masculino: KS = 0.169;  $p < 0.001$ . Feminino: KS = 0.212;  $p < 0.001$ ), tendo-se verificado que existem diferenças significativas (MW = 8961.5;  $p = 0.006$ ).

Masculino:  $M = 15.60\text{€}$ ;  $\sigma = 10.50\text{€}$ ;  $\min = 0\text{€}$ ;  $\max = 30\text{€}$ . Feminino:  $M = 18.76\text{€}$ ;  $\sigma = 8.92\text{€}$ ;  $\min = 0\text{€}$ ;  $\max = 30\text{€}$ . Ao efetuar esta análise, por cenário, constatou-se que estas diferenças apenas se verificam nos Cenários 3 e 4. C<sub>1</sub>:  $MW = 277.5$ ;  $p = 0.646$ . C<sub>2</sub>:  $MW = 315.0$ ;  $p = 0.508$ . C<sub>3</sub>:  $MW = 169.5$ ;  $p = 0.028$ . C<sub>4</sub>:  $MW = 214.0$ ;  $p = 0.006$ . C<sub>5</sub>:  $MW = 217.0$ ;  $p = 0.247$ . C<sub>6</sub>:  $MW = 204.5$ ;  $p = 0.508$ . No C<sub>3</sub>: Masculino:  $M = 14.50\text{€}$ ;  $\sigma = 11.24\text{€}$ ;  $\min = 0\text{€}$ ;  $\max = 30\text{€}$ . Feminino:  $M = 21.00\text{€}$ ;  $\sigma = 8.79\text{€}$ ;  $\min = 0\text{€}$ ;  $\max = 30\text{€}$ . No C<sub>4</sub>: Masculino:  $M = 12.71\text{€}$ ;  $\sigma = 9.31\text{€}$ ;  $\min = 0\text{€}$ ;  $\max = 30\text{€}$ . Feminino:  $M = 20.28\text{€}$ ;  $\sigma = 9.18\text{€}$ ;  $\min = 5\text{€}$ ;  $\max = 30\text{€}$ .

Verifica-se  $H_6$  nos Cenários 3 e 4 (vítima identificável com e sem fotografia, ambas com enquadramento em termos negativos), sendo a intenção de doação das mulheres significativamente superior à dos homens, verificando-se assim diferenças significativas no montante que os inquiridos estavam dispostos a doar tendo em conta o sexo.

É interessante observar que, curiosamente, o Cenário 3 é composto maioritariamente por mulheres, tendo este sido o cenário com uma média de doação mais elevada por parte dos inquiridos. É de notar que, mais uma vez, o enquadramento em termos negativos foi o que obteve uma intenção de doação maior.

### 3.1.7. $H_7$ : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de felicidade reportado calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.376$ ;  $p < 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva fraca entre as variáveis. Assim, a quantia que se tencionaria doar está pouco associada (linearmente) à felicidade sentida pelos participantes.

Para explorar possíveis associações entre estas duas variáveis, recodificaram-se as variáveis em causa. Relativamente ao valor doado, que é uma variável contínua que varia de 0€ a 30€, agregaram-se as respostas em três grupos:  $G_1$  (0€-

9€); G<sub>2</sub> (10€-19€); G<sub>3</sub> (20€-30€). Relativamente à variável que avalia o nível de felicidade reportado (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada feliz” e 10: “totalmente feliz”), foram também considerados três grupos: G<sub>A</sub> (0-3); G<sub>B</sub> (4-7) e G<sub>C</sub> (8-10). Para testar a associação entre estas variáveis, procedeu-se ao teste Qui-quadrado, concluindo-se que as variáveis estão significativamente associadas ( $\chi^2 = 47.338, p < 0.001$ ). Como é possível observar na Tabela 1, dos inquiridos menos felizes (G<sub>A</sub>), a maioria (73.3%) doaria pouco dinheiro (G<sub>1</sub>). Relativamente aos inquiridos mais felizes (G<sub>C</sub>), a maioria (52.5%) doaria mais dinheiro (G<sub>3</sub>). Desta forma, confirma-se  $H_7$  uma vez que quanto maior for o montante que as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão.

<b>Nível de felicidade</b>	<b>G<sub>A</sub></b>	<b>G<sub>B</sub></b>	<b>G<sub>C</sub></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b>G<sub>1</sub></b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>50</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub></i>	22.0%	38.0%	40.0%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	73.3%	23.5%	9.8%	16.7%
<i>Dentro do total</i>	3.7%	6.3%	6.7%	16.7%
<b>G<sub>2</sub></b>	<b>2</b>	<b>34</b>	<b>77</b>	<b>113</b>
<i>Dentro de G<sub>2</sub></i>	1.8%	30.1%	68.1%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	13.3%	42.0%	37.7%	37.7%
<i>Dentro do total</i>	0.7%	11.3%	25.7%	37.7%
<b>G<sub>3</sub></b>	<b>2</b>	<b>28</b>	<b>107</b>	<b>137</b>
<i>Dentro de G<sub>3</sub></i>	1.5%	20.4%	78.1%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	13.3%	34.6%	52.5%	45.7%
<i>Dentro do total</i>	0.7%	9.3%	35.7%	45.7%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>81</b>	<b>204</b>	<b>300</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub> ou G<sub>3</sub></i>	5.0%	27.0%	68.0%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	100%	100%	100%	100%



*Dentro do total*                      5.0%                      27.0%                      68.0%                      100%

**Tabela 1:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de felicidade. Fonte: construção própria.

3.1.8. *H<sub>8</sub>*: quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de generosidade calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.167$ ;  $p < 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva muito fraca entre as variáveis: a quantia que se tencionaria doar está pouco associada à generosidade sentida pelos participantes.

De forma análoga à análise anterior, considerou-se a variável do valor doado categorizada nos três grupos descritos anteriormente e também se recodificou o nível de generosidade (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada generoso” e 10: “totalmente generoso”) em três grupos:  $G_A$  (0-3);  $G_B$  (4-7) e  $G_C$  (8-10). Aplicou-se também o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis estão significativamente associadas ( $\chi^2 = 11.491$ ;  $p = 0.022$ ).

<i>Nível de generosidade</i>	<b><math>G_A</math></b>	<b><math>G_B</math></b>	<b><math>G_C</math></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b><math>G_1</math></b>	<b>14</b>	<b>23</b>	<b>13</b>	<b>50</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math></i>	28.0%	46.0%	26.0%	100%
<i>Dentro de <math>G_A, G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	28.6%	17.4%	10.9%	16.7%
<i>Dentro total</i>	4.7%	7.7%	4.3%	16.7%
<b><math>G_2</math></b>	<b>16</b>	<b>56</b>	<b>41</b>	<b>113</b>
<i>Dentro de <math>G_2</math></i>	14.2%	49.6%	36.3%	100%
<i>Dentro de <math>G_A, G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	32.7%	42.4%	34.5%	37.7%
<i>Dentro do total</i>	5.3%	18.7%	13.7%	37.7%
<b><math>G_3</math></b>	<b>19</b>	<b>53</b>	<b>65</b>	<b>137</b>

<i>Dentro de G<sub>3</sub></i>	13.9%	38.7%	47.4%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	38.8%	40.2%	54.6%	45.7%
<i>Dentro do total</i>	6.3%	17.7%	21.7%	45.7%
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>132</b>	<b>119</b>	<b>300</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub> ou G<sub>3</sub></i>	16.3%	44.0%	39.7%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	100%	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	16.3%	44.0%	39.7%	100%

**Tabela 2:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de generosidade. Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 2, das pessoas que doariam mais dinheiro (G<sub>3</sub>), 47.4% sentem-se muito generosas (G<sub>C</sub>). Das pessoas que se sentem mais generosas (G<sub>C</sub>), 54.6% estão no grupo das pessoas que doariam mais dinheiro. Confirma-se *H<sub>8</sub>*, uma vez que é possível observar que a maioria das pessoas que se encontram no grupo das pessoas que estariam dispostas a doar mais dinheiro, apresentam níveis de generosidade mais elevados.

### 3.1.9. *H<sub>9</sub>*: quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de emoção (valor) calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.253$ ;  $p < 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva muito fraca entre as variáveis: a quantia que se tencionaria doar está pouco associada à valência da emoção sentida pelos participantes.

De forma análoga às análises anteriores, considerou-se a variável do valor doado categorizada nos três grupos descritos anteriormente e também se recodificou o nível de emoção - valor (variável ordinal de 1 a 7 pontos, sendo 1: “extremamente negativo” e 7: “extremamente positivo”) em três grupos: G<sub>A</sub> (1-3); G<sub>B</sub> (4) e G<sub>C</sub> (5-7). Aplicou-se também o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis estão significativamente associadas ( $\chi^2 = 18.130$ ;  $p = 0.001$ ).

<div> <div>Nível de emoção - valor</div> <div>Valor doado</div> </div>	<b>G<sub>A</sub></b>	<b>G<sub>B</sub></b>	<b>G<sub>C</sub></b>	<b>Total</b>
	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b>G<sub>1</sub></b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>27</b>	<b>50</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub></i>	22.0%	24.0%	54.0%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	36.7%	26.1%	12.1%	16.7%
<i>Dentro do total</i>	3.7%	4.0%	9.0%	16.7%
<b>G<sub>2</sub></b>	<b>11</b>	<b>19</b>	<b>83</b>	<b>113</b>
<i>Dentro de G<sub>2</sub></i>	9.7%	16.8%	73.5%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	36.7%	41.3%	37.1%	37.7%
<i>Dentro do total</i>	3.7%	6.3%	27.7%	37.7%
<b>G<sub>3</sub></b>	<b>8</b>	<b>15</b>	<b>114</b>	<b>137</b>
<i>Dentro de G<sub>3</sub></i>	5.8%	10.9%	83.2%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	26.7%	32.6%	50.9%	45.7%
<i>Dentro do total</i>	2.7%	5.0%	38.0%	45.7%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>46</b>	<b>224</b>	<b>300</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub> ou G<sub>3</sub></i>	10.0%	15.3%	74.7%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	100%	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	10.0%	15.3%	74.7%	100%

**Tabela 3:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - valor.  
Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 3, das pessoas que doariam mais dinheiro (G<sub>3</sub>), 83.2% sentem-se muito emotivas (G<sub>C</sub>). Das pessoas que se sentem mais emotivas (G<sub>C</sub>), 50.9% estão no grupo das pessoas que doariam mais dinheiro. Assim, confirma-se  $H_9$  pois quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, maior é a intenção de doação das mesmas.

3.1.10.  $H_{10}$ : quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de emoção (intensidade) calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.251$ ;  $p < 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva muito fraca entre as variáveis: a quantia que os participantes tencionariam doar está pouco associada à intensidade da emoção sentida pelos participantes.

De forma análoga às análises anteriores, considerou-se a variável do valor doado categorizada nos três grupos descritos anteriormente e também se recodificou o nível de emoção - intensidade (variável ordinal de 1 a 7 pontos, sendo 1: “extremamente fraca” e 7: “extremamente forte”) em três grupos:  $G_A$  (1-3);  $G_B$  (4) e  $G_C$  (5-7). Aplicou-se também o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis estão significativamente associadas ( $\chi^2 = 17.152$ ;  $p = 0.002$ ).

<i>Nível de intensidade</i>	<b><math>G_A</math></b>	<b><math>G_B</math></b>	<b><math>G_C</math></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b><math>G_1</math></b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>26</b>	<b>50</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math></i>	30.0%	18.0%	52.0%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math>, <math>G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	37.5%	18.4%	12.3%	16.7%
<i>Dentro do total</i>	5.0%	3.0%	8.7%	16.7%
<b><math>G_2</math></b>	<b>13</b>	<b>21</b>	<b>79</b>	<b>113</b>
<i>Dentro de <math>G_2</math></i>	11.5%	18.6%	69.9%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math>, <math>G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	32.5%	42.9%	37.4%	37.7%
<i>Dentro do total</i>	4.3%	7.0%	26.3%	37.7%
<b><math>G_3</math></b>	<b>12</b>	<b>19</b>	<b>106</b>	<b>137</b>
<i>Dentro de <math>G_3</math></i>	8.8%	13.9%	77.4%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math>, <math>G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	30.0%	38.8%	50.2%	45.7%
<i>Dentro do total</i>	4.0%	6.3%	35.3%	45.7%

<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>49</b>	<b>211</b>	<b>300</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math>, <math>G_2</math> ou <math>G_3</math></i>	13.3%	16.3%	70.3%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math>, <math>G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	100%	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	13.3%	16.3%	70.3%	100%

**Tabela 4:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - intensidade. Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 4, das pessoas que doariam mais dinheiro ( $G_3$ ), 77.4% reportaram que a intensidade da emoção que sentiram era mais forte ( $G_C$ ). Das pessoas que reportaram que a intensidade da emoção que sentiram que era mais forte ( $G_C$ ), 50.2% estão no grupo das pessoas que doariam mais dinheiro.

Confirma-se  $H_{10}$ , visto que quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, maior é a sua intenção de doação. Quanto mais emocionalmente ativada uma pessoa estiver, mais dinheiro irá doar. Tanto relativamente à valência da emoção como quanto à intensidade da mesma, as respostas foram consistentes no âmbito da emoção sentida, verificando-se que as pessoas que estariam dispostas a doar mais dinheiro são as que se sentem emocionalmente mais ativadas.

### 3.2. Estudo 2

O segundo estudo ( $E_2$ ) consistiu igualmente num questionário *online*, e o objetivo foi o mesmo do questionário do primeiro estudo, mas neste caso foram considerados apenas quatro cenários diferentes, e a base de dados de inquiridos também foi diferente.

Verificou-se a necessidade de se fazer mais um estudo de enquadramento visto que em  $E_1$  não se verificaram algumas das hipóteses em análise,

nomeadamente no que respeita ao valor médio doado pelos inquiridos, uma vez que este não sofreu diferenças estatisticamente significativas entre os cenários. Outro dos motivos para a realização deste estudo foi o facto do *EVI* não se ter verificado no estudo anterior.

Em E<sub>2</sub> foram retirados os cenários que apresentavam a fotografia da criança, visto que no primeiro estudo não tiveram uma diferença estatística significativa em relação aos restantes cenários. Foi acrescentada a particularidade de que no C<sub>3</sub> deste estudo, o valor doado retornaria diretamente para o Silvestre, e no C<sub>4</sub> o valor doado retornaria diretamente para as crianças africanas, e não para a organização sem fins lucrativos. De forma análoga ao primeiro estudo, cada cenário foi distribuído aleatoriamente pelos inquiridos, através da ferramenta *Qualtrics*, ou seja, cada participante apenas respondeu a um dos quatro cenários possíveis (Apêndice B<sub>1</sub>).

C<sub>1</sub> (Apêndice B<sub>11</sub>) consiste numa vítima identificável tendo um enquadramento em termos negativos, e sem fotografia da criança; C<sub>2</sub> (Apêndice B<sub>12</sub>) consiste na vítima identificável, com um enquadramento em termos de positivos, e sem fotografia da criança; C<sub>3</sub> (Apêndice B<sub>13</sub>) consistiu na vítima identificável, onde o valor doado retornaria diretamente para a criança e C<sub>4</sub> (Apêndice B<sub>14</sub>) apresenta a vítima estatística, em que o valor doado retornaria diretamente para crianças Moçambicanas.

E<sub>2</sub> foi realizado no período de 23 de maio de 2017 a 30 de maio de 2017.

No Apêndice B, é possível visualizar a caracterização da amostra deste estudo (B<sub>2</sub>), a relação entre o valor doado e a idade dos inquiridos (B<sub>3</sub>), a relação entre o valor doado e o nível de racionalidade dos participantes (B<sub>4</sub>), e ainda a relação entre os cenários e nível de felicidade (B<sub>5</sub>), nível de generosidade (B<sub>6</sub>), nível de racionalidade (B<sub>7</sub>), nível de emoção quanto ao valor (B<sub>8</sub>) e nível de emoção quanto à intensidade (B<sub>9</sub>).

### 3.2.1. $H_1$ : o valor médio doado pelos inquiridos não é igual nos diferentes cenários

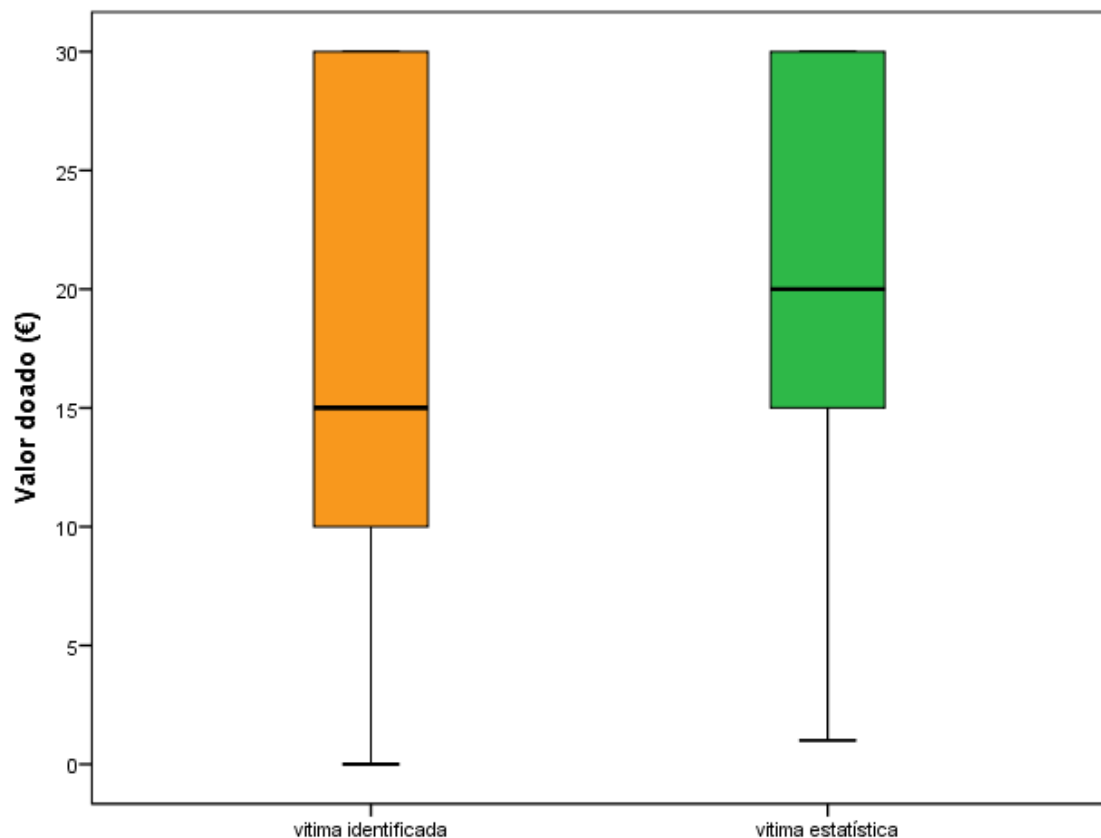
Neste estudo (e à semelhança do anterior), o valor doado é uma variável contínua que varia entre 0€ e 30€. Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos nos quatro cenários em análise, efetuou-se o teste Kruskal-Wallis (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos cenários. C<sub>1</sub>: KS = 0.235;  $p < 0.001$ . C<sub>2</sub>: KS = 0.213;  $p = 0.001$ . C<sub>3</sub>: KS = 0.224;  $p < 0.001$ . C<sub>4</sub>: KS = 0.253;  $p < 0.001$ ), verificando-se que não existem diferenças significativas ( $\chi^2 = 2.042$ ;  $p = 0.564$ ). C<sub>1</sub>: M = 18.26€;  $\sigma = 10.06$ €; min = 0€; máx = 30€. C<sub>2</sub>: M = 18.55€;  $\sigma = 9.77$ €; min = 1€; máx = 30€. C<sub>3</sub>: M = 18.39€;  $\sigma = 9.44$ €; min = 4€; máx = 30€. C<sub>4</sub>: M = 21.11€;  $\sigma = 9.55$ €; min = 1€; máx = 30€.

Tal como sucedeu no primeiro estudo,  $H_1$  não se verifica, pois a média do valor doado não é significativamente diferente nos cenários em análise. Curiosamente, é possível observar que o C<sub>4</sub> (único cenário com vítima estatística deste estudo) foi o que obteve uma média de doação mais elevada.

### 3.2.2. $H_2$ : os cenários com vítima identificável apresentam maior intenção de doação do que os cenários com vítima estatística – EVI

Para testar  $H_2$ , dividiu-se a amostra em dois grupos: G<sub>1</sub> - com vítima identificável (Cenários 1, 2 e 3) vs. G<sub>2</sub> - com vítima estatística (Cenário 4). Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos nestes dois grupos, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos dois grupos). G<sub>1</sub>: KS = 0.227;  $p < 0.001$ . G<sub>2</sub>: KS = 0.253;  $p < 0.001$ , verificando-se que não existem diferenças significativas (MW = 1596;  $p = 0.155$ ), ou seja, não se verifica  $H_2$  (observável no Gráfico 5). Assim, os cenários que apresentam a vítima identificável não obtiveram uma intenção de doação significativamente mais elevada relativamente aos restantes cenários. Aliás, como podemos constatar através do Gráfico 5, o valor mediano doado para a vítima estatística foi superior ao da

vítima identificável e, o montante mínimo doado para a vítima estatística foi superior ao da vítima identificável.



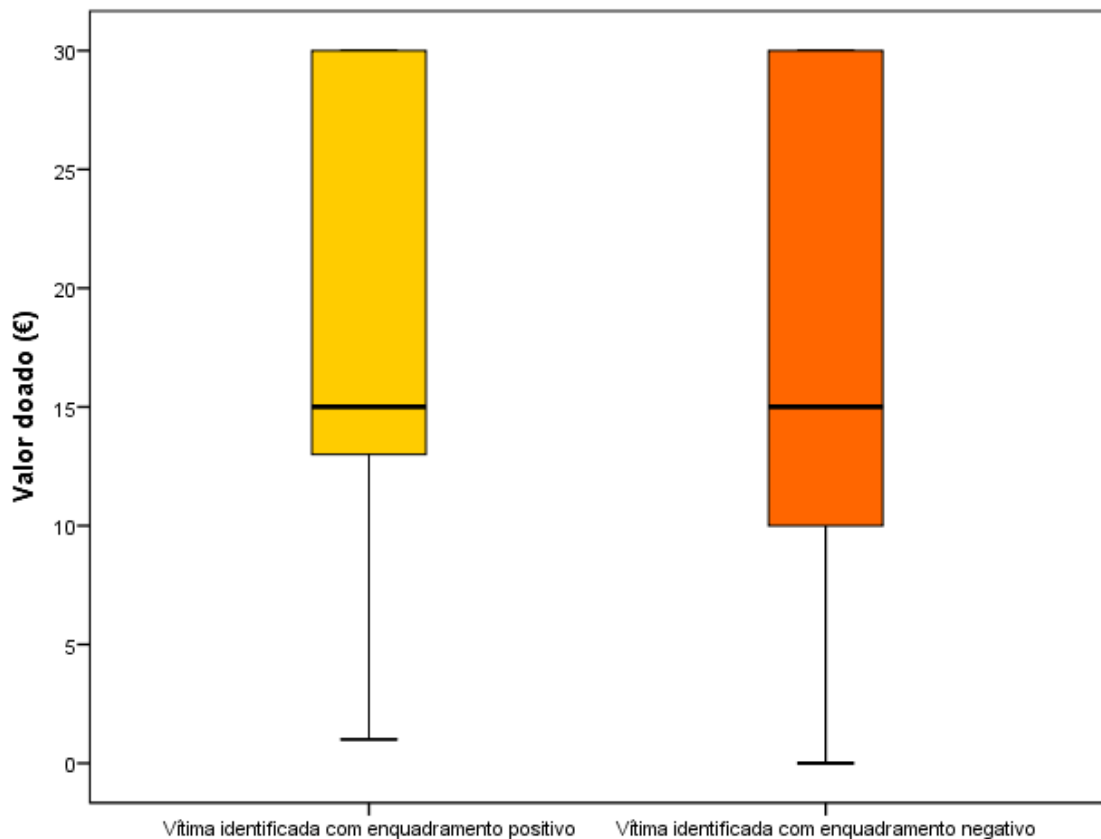
**Gráfico 5:** Distribuição do valor doado (€) em G<sub>1</sub> - vítima identificável *vs.* G<sub>2</sub> - vítima estatística. Fonte: construção própria.

3.2.3.  $H_3$ : os cenários com vítima identificável e enquadramento positivo apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima identificável e enquadramento negativo

Para testar  $H_3$ , dividiu-se a amostra em dois grupos: G<sub>1</sub> - vítima identificável com enquadramento positivo (Cenário 2) *vs.* G<sub>2</sub> - vítima identificável e enquadramento negativo (Cenário 1). Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos nestes dois grupos, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos dois grupos). G<sub>1</sub>: KS = 0.213;  $p = 0.001$ . G<sub>2</sub>: KS = 0.235;  $p < 0.001$ , verificando-se que não existem diferenças significativas (MW = 679;  $p = 0.878$ ), ou seja, não se verifica  $H_3$  (observável no Gráfico 6). Assim, os cenários que apresentam a vítima



identificável com enquadramento positivo não obtiveram uma intenção de doação significativamente diferente dos cenários com vítima identificável com enquadramento negativo.



**Gráfico 6:** Distribuição do valor doado (€) em G<sub>1</sub> - vítima identificável com enquadramento positivo *vs.* G<sub>2</sub> - vítima identificável com enquadramento negativo. Fonte: construção própria.

3.2.4.  $H_4$ : o cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento em termos positivos apresenta um valor médio de doação diferente do cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento em termos negativos

Neste estudo, não é possível testar  $H_4$ , uma vez que só existe um cenário com vítima estatística.

3.2.5.  $H_5$ : os cenários com fotografia da vítima identificável apresentam maior intenção de doação relativamente aos cenários com vítima identificável sem fotografia da mesma

Neste estudo, não é possível testar  $H_5$ , uma vez que não existem cenários com fotografia da vítima.

3.2.6.  $H_6$ : os inquiridos do sexo feminino demonstram maior intenção de doação relativamente aos inquiridos do sexo masculino

Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos do sexo masculino *vs.* sexo feminino, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos sexos. Masculino: KS = 0.244;  $p < 0.001$ . Feminino: KS = 0.229;  $p < 0.001$ ), verificando-se que não existem diferenças significativas (MW = 2115.5;  $p = 0.279$ ). Masculino: M = 17.81€;  $\sigma = 10.44$ €; min = 0€; máx = 30€. Feminino: M = 19.77€;  $\sigma = 9.24$ €; min = 1€; máx = 30€. Não se verificou  $H_6$ , pois não se verificaram diferenças significativas entre o valor doado e o sexo dos inquiridos. No entanto, é possível verificar que as mulheres, em geral, doaram mais 2 euros do que os homens.

3.2.7.  $H_7$ : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de felicidade reportado calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.363$ ;  $p < 0.001$ ), e verificou-se que existe uma correlação linear positiva fraca entre as variáveis.

Para explorar possíveis associações entre estas duas variáveis, recodificaram-se as variáveis em causa. Relativamente ao valor doado, que é uma variável contínua, que varia entre 0€ e 30€, consideraram-se três grupos:  $G_1$  (0€-9€);  $G_2$  (10€-19€) e  $G_3$  (20€-30€). Relativamente à variável que avalia o nível de felicidade reportado (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada feliz” e 10: “totalmente feliz”), foram considerados apenas dois grupos, e não três, como no

primeiro estudo. A divisão em três grupos utilizada em E<sub>1</sub>, tornava o teste do Qui-quadrado não-aplicável, uma vez que a frequência nos níveis mais baixos de felicidade era baixa. Assim, neste estudo, agruparam-se as respostas relativas ao nível de felicidade em dois grupos: G<sub>A</sub> (0-5) e G<sub>B</sub> (6-10).

Para testar a associação entre estas variáveis, procedeu-se ao teste Qui-quadrado, concluindo-se que as variáveis estão associadas ( $\chi^2 = 9.966$ ,  $p = 0.007$ ). Como é possível observar na Tabela 5, dos inquiridos mais felizes (G<sub>B</sub>), a maioria (55.1%) doaria mais dinheiro (G<sub>3</sub>). Relativamente aos inquiridos menos felizes (G<sub>A</sub>), a maioria (43.8%) doaria um valor entre 10€ e 19€ (G<sub>2</sub>). Assim, verifica-se  $H_7$ , pois quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação.

<b>Nível de felicidade</b>	<b>G<sub>A</sub></b>	<b>G<sub>B</sub></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b>G<sub>1</sub></b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>22</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub></i>	27.3%	72.7%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	37.5%	12.6%	15.4%
<i>Dentro do total</i>	4.2%	11.2%	15.4%
<b>G<sub>2</sub></b>	<b>7</b>	<b>41</b>	<b>48</b>
<i>Dentro de G<sub>2</sub></i>	14.6%	85.4%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	43.8%	32.3%	33.6%
<i>Dentro do total</i>	4.9%	28.7%	33.6%
<b>G<sub>3</sub></b>	<b>3</b>	<b>70</b>	<b>73</b>
<i>Dentro de G<sub>3</sub></i>	4.1%	95.9%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	18.8%	55.1%	51.0%
<i>Dentro do total</i>	2.1%	49.0%	51.0%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>127</b>	<b>143</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub> ou G<sub>3</sub></i>	11.2%	88.8%	100%

<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	11.2%	88.8%	100%

**Tabela 5:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de felicidade. Fonte: construção própria.

3.2.8. *H<sub>8</sub>*: quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de generosidade calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.212$ ;  $p = 0.011$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva muito fraca entre as variáveis.

De forma análoga às análises anteriores, considerou-se a variável do valor doado categorizada nos três grupos já descritos e também se recodificou o nível de generosidade (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada generoso” e 10: “totalmente generoso”) em três grupos: G<sub>A</sub> (0-3); G<sub>B</sub> (4-7) e G<sub>C</sub> (8-10). Não se verificou *H<sub>8</sub>* pois, através da aplicação do teste Qui-Quadrado concluiu-se que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 3.266$ ;  $p = 0.514$ ).

<i>Nível de generosidade</i>	<b>G<sub>A</sub></b>	<b>G<sub>B</sub></b>	<b>G<sub>C</sub></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b>G<sub>1</sub></b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>22</b>
Dentro de G <sub>1</sub>	31.8%	40.9%	27.3%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	21.9%	13.6%	13.3%	15.4%
<i>Dentro do total</i>	4.9%	6.3%	4.2%	15.4%
<b>G<sub>2</sub></b>	<b>11</b>	<b>25</b>	<b>12</b>	<b>48</b>
<i>Dentro de G<sub>2</sub></i>	22.9%	52.1%	25.0%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	34.4%	37.9%	26.7%	33.6%
<i>Dentro do total</i>	7.7%	17.5%	8.4%	33.6%
<b>G<sub>3</sub></b>	<b>14</b>	<b>32</b>	<b>27</b>	<b>73</b>

<i>Dentro de G<sub>3</sub></i>	19.2%	43.8%	37.0%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	43.8%	48.5%	60.0%	51.0%
<i>Dentro do total</i>	9.8%	22.4%	18.9%	51.0%
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>66</b>	<b>45</b>	<b>143</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub> ou G<sub>3</sub></i>	22.4%	46.2%	31.5%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	100%	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	22.4%	46.2%	31.5%	100%

**Tabela 6:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de generosidade. Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 6, para cada um dos grupos de generosidade, a maioria das pessoas encontra-se no grupo das que doariam mais dinheiro (G<sub>3</sub>). Independentemente do valor doado (G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub> ou G<sub>3</sub>), a maioria dos inquiridos sentiu-se moderadamente generosa, uma vez que se encontrou no G<sub>B</sub>. Logo, o valor doado e o nível de generosidade sentido são variáveis independentes, significando que o valor doado não esteve associado ao nível de generosidade sentido pelos participantes.

### 3.2.9. H<sub>9</sub>: quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de emoção (valor) calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.102$ ;  $p = 0.227$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva muito fraca entre as variáveis.

Para explorar outras possíveis associações entre estas duas variáveis, recodificaram-se as variáveis em causa. Relativamente ao valor doado, que é uma variável contínua, que varia entre 0€ e 30€, consideram-se apenas dois grupos (ao considerar a divisão em três grupos utilizada nas análises anteriores, o teste do Qui-quadrado não era aplicável, por ter 22.2% de classes com uma frequência esperada menor do que 5): G<sub>1</sub> (0€-15€) e G<sub>2</sub> (16€-30€). Recodificou-se o nível de

emoção - valor (variável ordinal de 1 a 7 pontos, sendo 1: “extremamente negativo” e 7: “extremamente positivo”) em três grupos: G<sub>A</sub> (1-3); G<sub>B</sub> (4) e G<sub>C</sub> (5-7). Aplicou-se também o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis não estão associadas, não se verificando  $H_9$  ( $\chi^2 = 5.321$ ;  $p = 0.070$ ).

<div> <div>Nível de emoção - valor</div> <div>Valor doado</div> </div>	G <sub>A</sub>	G <sub>B</sub>	G <sub>C</sub>	Total
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
<b>G<sub>1</sub></b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>40</b>	<b>67</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub></i>	13.4%	26.9%	59.7%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	45.0%	66.7%	41.7%	46.9%
<i>Dentro do total</i>	6.3%	12.6%	28.0%	46.9%
<b>G<sub>2</sub></b>	<b>11</b>	<b>9</b>	<b>56</b>	<b>76</b>
<i>Dentro de G<sub>2</sub></i>	14.5%	11.8%	73.7%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	55.0%	33.3%	58.3%	53.1%
<i>Dentro do total</i>	7.7%	6.3%	39.2%	53.1%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>27</b>	<b>96</b>	<b>143</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub> ou G<sub>2</sub></i>	14.0%	18.9%	67.1%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
<i>Dentro do total</i>	14.0%	18.9%	67.1%	100.0%

**Tabela 7:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - valor.  
Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 7, tanto no G<sub>1</sub> (59.7%) como no G<sub>2</sub> (73.7%), a maioria das pessoas sente-se muito emotiva (G<sub>C</sub>). Não se verificou um aumento proporcional entre a valência da emoção sentida pelos participantes (se foi uma emoção que evocou sentimentos positivos ou negativos) e a sua doação, uma vez que a maior parte das pessoas (quer doassem muito ou pouco dinheiro) sentiram um grau de emotividade bastante elevado.

3.2.10.  $H_{10}$ : quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de emoção (intensidade) calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.250$ ;  $p = 0.003$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva muito fraca entre as variáveis.

De forma análoga à análise anterior, considerou-se a variável do valor doado categorizada em dois grupos:  $G_1$  (0€-15€) e  $G_2$  (16€-30€) e recodificou-se o nível de emoção - intensidade (variável ordinal de 1 a 7 pontos, sendo 1: “extremamente fraca” e 7: “extremamente forte”) em três grupos:  $G_A$  (1-3);  $G_B$  (4) e  $G_C$  (5-7). Aplicou-se também o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis estão associadas, verificando-se  $H_{10}$ . É possível observar que quanto maior é a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro estas irão doar ( $\chi^2 = 16.271$ ;  $p < 0.001$ ).

<i>Nível de intensidade</i>	<b><math>G_A</math></b>	<b><math>G_B</math></b>	<b><math>G_C</math></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b><math>G_1</math></b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>41</b>	<b>67</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math></i>	19.4%	19.4%	61.2%	100%
<i>Dentro de <math>G_A, G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	100%	43.3%	41.0%	46.9%
<i>Dentro do total</i>	9.1%	9.1%	28.7%	46.9%
<b><math>G_2</math></b>	<b>0</b>	<b>17</b>	<b>59</b>	<b>76</b>
<i>Dentro de <math>G_2</math></i>	0%	22.4%	77.6%	100%
<i>Dentro de <math>G_A, G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	0%	56.7%	59.0%	53.1%
<i>Dentro do total</i>	0%	11.9%	41.3%	53.1%
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>30</b>	<b>100</b>	<b>143</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math> ou <math>G_2</math></i>	9.1%	21.0%	69.9%	100%
<i>Dentro de <math>G_A, G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	100%	100%	100%	100%

<i>Dentro do total</i>	9.1%	21.0%	69.9%	100%
------------------------	------	-------	-------	------

---

**Tabela 8:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - intensidade. Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 8, das pessoas que doariam mais dinheiro (G<sub>3</sub>), 77.6% reportaram que a intensidade da emoção que sentiram era mais forte (G<sub>c</sub>). Das pessoas que se sentiram emocionalmente mais intensas (G<sub>c</sub>), 59% estão no grupo das pessoas que doariam mais dinheiro.

### 3.3. Estudo 3

O terceiro estudo (E<sub>3</sub>) baseou-se igualmente num questionário *online*, com o objetivo de estudar a vítima estatística, sendo apenas considerados dois cenários para o efeito, onde foram estudados os efeitos de *reflexão*, em termos positivos e em termos negativos. De forma análoga aos dois estudos anteriores, os cenários foram distribuídos aleatoriamente pelos inquiridos, através da ferramenta *Qualtrics*, ou seja, cada participante apenas respondeu a um dos dois cenários possíveis (Apêndices C<sub>11</sub> e C<sub>12</sub>).

Considerou-se interessante estudar uma outra forma de abordar as mensagens de caridade, e por isse motivo, foi adotada outra estratégia para os próximos dois estudos. Em E<sub>3</sub> só foi considerada a vítima estatística, uma vez que se considera que a lacuna na investigação científica é maior relativamente a este tipo de vítima, pretendendo este e o próximo estudo dar mais relevo à mesma.

Neste estudo considerou-se a vítima estatística (mensagem com efeitos de *reflexão* em termos positivos *vs.* negativos). C<sub>1</sub> (Apêndice C<sub>11</sub>) apresenta uma vítima estatística tendo efeitos de *reflexão* em termos positivos e C<sub>2</sub> (Apêndice C<sub>12</sub>) consiste na vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos negativos.

E<sub>3</sub> foi realizado no período de 8 de junho de 2017 a 30 de junho de 2017.



No Apêndice C, é possível visualizar a caracterização da amostra deste estudo (C<sub>2</sub>), a relação entre o valor doado e a idade dos inquiridos (C<sub>3</sub>), a relação entre o valor doado e o nível de racionalidade dos participantes (C<sub>4</sub>), e ainda a relação entre os cenários e nível de felicidade (C<sub>5</sub>), nível de generosidade (C<sub>6</sub>), nível de racionalidade (C<sub>7</sub>), nível de emoção quanto ao valor (C<sub>8</sub>) e nível de emoção quanto à intensidade (C<sub>9</sub>).

### 3.3.1. *H*<sub>1</sub>: o valor médio doado pelos inquiridos não é igual nos diferentes cenários

Neste estudo, o valor doado é uma variável contínua, que varia entre 0€ e 10€. Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos participantes nos dois cenários em análise, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos cenários. C<sub>1</sub>: KS = 0.211;  $p < 0.001$ . C<sub>2</sub>: KS = 0.261;  $p < 0.001$ ), verificando-se que não existem diferenças significativas (MW = 789.5;  $p = 0.130$ ). C<sub>1</sub>: M = 5.66€;  $\sigma = 3.48$ €; min = 0€; máx = 10€. C<sub>2</sub>: M = 6.77€;  $\sigma = 3.32$ €; min = 0€; máx = 10€.

À semelhança dos estudos anteriores, *H*<sub>1</sub> não se verifica, pois, o valor médio doado não é significativamente diferente nos dois cenários. Assim, os participantes manifestaram uma intenção de doação semelhante quando se tratou do caso de vítima estatística em termos positivos e negativos. No entanto, a média do valor de doação foi um pouco mais elevada no C<sub>2</sub> – vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos negativos.

### 3.3.2. *H*<sub>2</sub>: os cenários com vítima identificável apresentam maior intenção de doação do que os cenários com vítima estatística – *EVI*

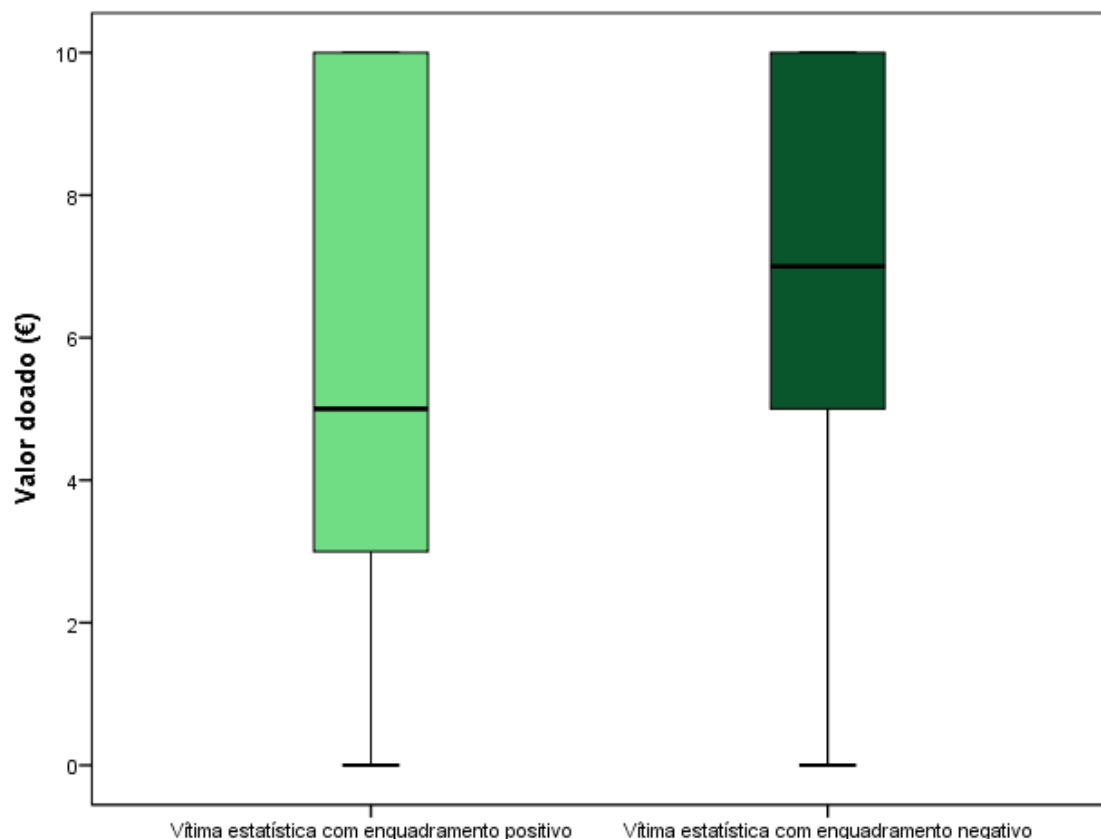
Neste estudo não faz sentido analisar *H*<sub>2</sub>, uma vez que não existem cenários com vítima identificável.

3.3.3.  $H_3$ : os cenários com vítima identificável e enquadramento positivo apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima identificável e enquadramento negativo

Neste estudo não faz sentido testar  $H_3$ , uma vez que não existem cenários com vítima identificável.

3.3.4.  $H_4$ : o cenário com vítima estatística e efeitos de *reflexão* em termos positivos apresenta um valor médio de doação diferente do cenário com vítima estatística e efeitos de *reflexão* em termos negativos

Para testar  $H_4$ , dividiu-se a amostra em dois grupos:  $G_1$  - vítima estatística com efeitos de *reflexão* positivos (Cenário 1) *vs.*  $G_2$  - vítima estatística e efeitos de *reflexão* negativos (Cenário 2). Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos nestes dois grupos, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos dois grupos).  $G_1$ :  $KS = 0.211$ ;  $p < 0.001$ .  $G_2$ :  $KS = 0.261$ ;  $p < 0.001$ , verificando-se que não existem diferenças significativas ( $MW = 789.5$ ;  $p = 0.130$ ), ou seja, não se verifica  $H_4$  (observável no Gráfico 7). Assim, o cenário que apresenta a vítima estatística com efeitos de *reflexão* positivos não obteve uma intenção de doação significativamente diferente do cenário com vítima estatística com efeitos de *reflexão* negativos. No entanto, através da análise do Gráfico 7 é possível observar que se verifica uma maior dispersão de valores doados no  $G_1$  relativamente ao  $G_2$ . O valor doado mediano é superior no cenário em termos negativos, e os valores das doações encontram-se mais concentrados neste cenário.



**Gráfico 7:** Distribuição do valor doado (€) em G<sub>1</sub> - vítima estatística com efeitos de *reflexão* positivos *vs.* G<sub>2</sub> - vítima estatística com efeitos de *reflexão* negativos. Fonte: construção própria.

3.3.5. *H*<sub>5</sub>: os cenários com fotografia da vítima identificável apresentam maior intenção de doação relativamente aos cenários com vítima identificável sem fotografia da mesma

Neste estudo, não é possível testar *H*<sub>5</sub>, uma vez que não existem cenários com fotografia da vítima.

3.3.6. *H*<sub>6</sub>: os inquiridos do sexo feminino demonstram maior intenção de doação relativamente aos inquiridos do sexo masculino

Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos participantes do sexo masculino e do sexo feminino, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos sexos. Masculino: KS = 0.239;  $p < 0.001$ ; Feminino: KS = 0.236;  $p < 0.001$ ), verificando-se que não existem diferenças significativas, não se verificando *H*<sub>6</sub> (MW = 850.5;  $p =$

0.308). Masculino:  $M = 5.89\text{€}$ ;  $\sigma = 3.57\text{€}$ ;  $\min = 0\text{€}$ ;  $\max = 10\text{€}$ . Feminino:  $M = 6.61\text{€}$ ;  $\sigma = 3.27\text{€}$ ;  $\min = 0\text{€}$ ;  $\max = 10\text{€}$ . No entanto, é possível verificar uma ligeira diferença nos valores médios de doação entre homens e mulheres, sendo a média do valor doado das mulheres mais elevada.

### 3.3.7. $H_7$ : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de felicidade reportado calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.512$ ;  $p < 0.001$ ), tendo-se verificado que existe uma correlação linear positiva moderada entre as variáveis: quanto maior o valor doado, maior tendeu a ser o nível de felicidade reportado.

Para explorar outras possíveis associações entre estas duas variáveis, recodificaram-se as variáveis em causa. Relativamente ao valor doado, que é uma variável contínua, que varia entre 0€ e 10€, consideram-se três grupos:  $G_1$  (0€-3€);  $G_2$  (4€-6€) e  $G_3$  (7€-10€). Relativamente à variável que avalia o nível de felicidade reportado (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada feliz” e 10: “totalmente feliz”), foram considerados apenas dois grupos (ao considerar a divisão em três grupos utilizada em  $E_1$ , verificou-se que o teste do Qui-quadrado não era aplicável, dado que a frequência nos níveis mais baixos de felicidade é baixa):  $G_A$  (0-5) e  $G_B$  (6-10). Para testar a associação entre estas variáveis, procedeu-se ao teste Qui-quadrado, concluindo-se que as variáveis estão associadas ( $\chi^2 = 17.875$ ,  $p < 0.001$ ). Como é possível observar na Tabela 9, dos inquiridos mais felizes ( $G_B$ ), a maioria (53.0%) doaria mais dinheiro ( $G_3$ ). Relativamente aos inquiridos menos felizes ( $G_A$ ), a maioria (54.5%) doaria um valor entre 0€ e 3€ ( $G_1$ ), confirmando-se assim  $H_7$ .

<b>Nível de felicidade</b>	<b>G<sub>A</sub></b>	<b>G<sub>B</sub></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b>G<sub>1</sub></b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>20</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub></i>	60.0%	40.0%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	54.5%	12.1%	22.7%
<i>Dentro do total</i>	13.6%	9.1%	22.7%
<b>G<sub>2</sub></b>	<b>6</b>	<b>23</b>	<b>29</b>
<i>Dentro de G<sub>2</sub></i>	20.7%	79.3%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	27.3%	34.8%	33.0%
<i>Dentro do total</i>	6.8%	26.1%	33.0%
<b>G<sub>3</sub></b>	<b>4</b>	<b>35</b>	<b>39</b>
<i>Dentro de G<sub>3</sub></i>	10.3%	89.7%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	18.2%	53.0%	44.3%
<i>Dentro do total</i>	4.5%	39.8%	44.3%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>66</b>	<b>88</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub> ou G<sub>3</sub></i>	25.0%	75.0%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	25.0%	75.0%	100%

**Tabela 9:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de felicidade. Fonte: construção própria.

3.3.8. *H<sub>8</sub>*: quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de generosidade calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.411$ ;  $p < 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva fraca entre as variáveis.

De forma análoga às análises anteriores, considerou-se a variável do valor doado categorizada nos três grupos já descritos e também se recodificou o nível

de generosidade (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada generoso” e 10: “totalmente generoso”) em três grupos:  $G_A$  (0-3);  $G_B$  (4-7) e  $G_C$  (8-10). O teste do Qui-Quadrado revelou que as variáveis estão associadas ( $\chi^2 = 22.082$ ,  $p < 0.001$ ).

<i>Nível de generosidade</i>	$G_A$	$G_B$	$G_C$	Total
Valor doado	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
<b><math>G_1</math></b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>20</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math></i>	60.0%	25.0%	15.0%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math>, <math>G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	54.5%	12.5%	11.5%	22.7%
<i>Dentro do total</i>	13.6%	5.7%	3.4%	22.7%
<b><math>G_2</math></b>	<b>4</b>	<b>19</b>	<b>6</b>	<b>29</b>
<i>Dentro de <math>G_2</math></i>	13.8%	65.5%	20.7%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math>, <math>G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	18.2%	47.5%	23.1%	33.0%
<i>Dentro do total</i>	4.5%	21.6%	6.8%	33.0%
<b><math>G_3</math></b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>39</b>
<i>Dentro de <math>G_3</math></i>	15.4%	41.0%	43.6%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math>, <math>G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	27.3%	40.0%	65.4%	44.3%
<i>Dentro do total</i>	6.8%	18.2%	19.3%	44.3%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>40</b>	<b>26</b>	<b>88</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math>, <math>G_2</math> ou <math>G_3</math></i>	25.0%	45.5%	29.5%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math>, <math>G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	100%	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	25.0%	45.5%	29.5%	100%

**Tabela 10:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de generosidade. Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 10, dos participantes mais generosos ( $G_C$ ), a maioria (65.4%) doaria mais dinheiro ( $G_3$ ). Dos participantes menos generosos ( $G_A$ ), a maioria (54.5%) doaria menos dinheiro ( $G_1$ ), confirmando-se deste modo

$H_8$ , pois quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação.

### 3.3.9. $H_9$ : quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de emoção (se a emoção sentida evocou sentimentos positivos ou negativos) calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.349$ ;  $p = 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva fraca entre as variáveis.

Para explorar outras possíveis associações entre as duas variáveis, ambas foram recodificadas. Relativamente ao valor doado, que é uma variável contínua, que varia entre 0€ e 10€, consideram-se apenas dois grupos (ao considerar a divisão em três grupos utilizada nas análises anteriores, o teste do Qui-quadrado não era aplicável, por haver 44.4% de categorias com uma frequência esperada menor do que 5):  $G_1$  (0€-5€) e  $G_2$  (6€-10€). Recodificou-se o nível de emoção - valor (variável ordinal de 1 a 7 pontos, sendo 1: “extremamente negativo” e 7: “extremamente positivo”) em três grupos:  $G_A$  (1-3);  $G_B$  (4) e  $G_C$  (5-7). Aplicou-se também o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis estão associadas, verificando-se  $H_9$  ( $\chi^2 = 7.621$ ;  $p = 0.022$ ).

<div> <div>Nível de emoção - valor</div> <div>Valor doado</div> </div>	$G_A$	$G_B$	$G_C$	Total
	N (%)	N (%)	N (%)	N (%)
$G_1$	9	10	27	46
<i>Dentro de <math>G_1</math></i>	19.6%	21.7%	58.7%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math>, <math>G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	50.0%	90.9%	45.8%	52.3%
<i>Dentro do total</i>	10.2%	11.4%	30.7%	52.3%
$G_2$	9	1	32	42
<i>Dentro de <math>G_2</math></i>	21.4%	2.4%	76.2%	100%

<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	50.0%	9.1%	54.2%	47.7%
<i>Dentro do total</i>	10.2%	1.1%	36.4%	47.7%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>59</b>	<b>88</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub> ou G<sub>2</sub></i>	20.5%	12.5%	67.0%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
<i>Dentro do total</i>	20.5%	12.5%	67.0%	100.0%

**Tabela 11:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - valor.  
Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 11, no G<sub>A</sub>, os participantes dividem-se equitativamente pelos G<sub>1</sub> e G<sub>2</sub>; no G<sub>B</sub>, a maioria dos inquiridos encontra-se no G<sub>1</sub> (90.9%) e no G<sub>C</sub>, a maioria dos respondentes encontra-se no G<sub>2</sub> (54.2%).

### 3.3.10. *H*<sub>10</sub>: quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de emoção (intensidade) calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.403$ ;  $p < 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva fraca entre as variáveis.

De forma análoga à análise anterior, considerou-se a variável do valor doado categorizada em dois grupos: G<sub>1</sub> (0€-5€) e G<sub>2</sub> (6€-10€) e também se recodificou o nível de emoção - intensidade (variável ordinal de 1 a 7 pontos, sendo 1: “extremamente fraca” e 7: “extremamente forte”) em três grupos: G<sub>A</sub> (1-3); G<sub>B</sub> (4) e G<sub>C</sub> (5-7). Verifica-se *H*<sub>10</sub>, pois através da aplicação do teste Qui-Quadrado concluiu-se que as variáveis estão associadas ( $\chi^2 = 7.490$ ;  $p = 0.024$ ).



<i>Nível de intensidade</i>	<b>G<sub>A</sub></b>	<b>G<sub>B</sub></b>	<b>G<sub>C</sub></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b>G<sub>1</sub></b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>21</b>	<b>46</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub></i>	30.4%	23.9%	45.7%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	73.7%	64.7%	40.4%	52.3%
<i>Dentro do total</i>	15.9%	12.5%	23.9%	52.3%
<b>G<sub>2</sub></b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>31</b>	<b>42</b>
<i>Dentro de G<sub>2</sub></i>	11.9%	14.3%	73.8%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	26.3%	35.3%	59.6%	47.7%
<i>Dentro do total</i>	5.7%	6.8%	35.2%	47.7%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>52</b>	<b>88</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub> ou G<sub>2</sub></i>	21.6%	19.3%	59.1%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	100%	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	21.6%	19.3%	59.1%	100%

**Tabela 12:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - intensidade. Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 12, das pessoas que doariam mais dinheiro (G<sub>2</sub>), 73.8% reportaram que a intensidade da emoção que sentiram era mais forte (G<sub>C</sub>). Das pessoas que se sentem mais intensas (G<sub>C</sub>), 59.6% estão no grupo das pessoas que doariam mais dinheiro (G<sub>2</sub>). Confirma-se  $H_{10}$ , pois quanto maior é a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, maior é a sua intenção de doação.

### 3.4. Estudo 4

O quarto estudo (E<sub>4</sub>) desta investigação foi desenvolvido em inglês, de modo a poder ser estudado nos Estados Unidos, sendo este análogo ao terceiro estudo realizado em Portugal.

O principal objetivo de E<sub>4</sub> foi estudar as diferenças culturais no âmbito das mensagens de caridade, em termos positivos e negativos, entre Portugal e os Estados Unidos. De modo a possibilitar a realização desta comparação entre os dois países, a mensagem transmitida aos participantes foi a mesma em ambos os estudos (Apêndices C<sub>1</sub> e D<sub>1</sub>).

Uma vez que neste estudo os participantes foram compensados monetariamente, acredita-se que as respostas sejam mais cuidadas. Tal como em E<sub>3</sub>, outro dos objetivos deste estudo foi a análise, um pouco mais aprofundada, da vítima estatística, utilizando para o efeito uma estratégia de mensagens de caridade, que não o enquadramento *puro*.

E<sub>4</sub> foi publicado na *Amazon Mechanical Turk*, uma plataforma mundial onde são elaborados estudos científicos, após ter sido previamente desenhado na ferramenta *Qualtrics*. Cada participante recebeu 1 dólar em troca da sua participação, e respondeu a um dos dois cenários possíveis: C<sub>1</sub> (Apêndice D<sub>11</sub>) consiste na vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos positivos e C<sub>2</sub> (Apêndice D<sub>12</sub>) consiste na vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos negativos.

E<sub>4</sub> foi realizado nos dias 30 e 31 de outubro de 2017.

No Apêndice D, é possível visualizar a caracterização da amostra (D<sub>2</sub>), a relação entre o valor doado e a idade dos inquiridos (D<sub>3</sub>), a relação entre o valor doado e o nível de racionalidade dos participantes (D<sub>4</sub>), e ainda a relação entre os cenários e nível de felicidade (D<sub>5</sub>), nível de generosidade (D<sub>6</sub>), nível de racionalidade (D<sub>7</sub>),

nível de emoção quanto ao valor (D<sub>8</sub>) e nível de emoção quanto à intensidade (D<sub>9</sub>).

Neste estudo, para além de cada participante ter sido compensado monetariamente pela sua participação, a ATACA- *Associação de Amigos e Tutores da Criança Africana*, recebeu a quantia que os participantes deste estudo mencionaram que estariam dispostos a doar para esta organização, sendo essa de 22 euros (Apêndice E).

### 3.4.1. *H*<sub>1</sub>: o valor médio doado pelos inquiridos não é igual nos diferentes cenários

Neste estudo, o valor doado é uma variável contínua que varia de 0 *cents* a 100 *cents*. Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos nos dois cenários em análise, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos cenários. C<sub>1</sub>: KS = 0.231;  $p < 0.001$ . C<sub>2</sub>: KS = 0.226;  $p < 0.001$ ), verificando-se que não existem diferenças significativas (MW = 824.5;  $p = 0.881$ ). C<sub>1</sub>: M = 32.20 *cents*;  $\sigma = 35.97$  *cents*; min = 0 *cents*; máx = 100 *cents*. C<sub>2</sub>: M = 32.74 *cents*;  $\sigma = 37.92$  *cents*; min = 0 *cents*; máx = 100 *cents*.

Tal como sucedeu nos estudos anteriores, *H*<sub>1</sub> não se verificou, visto que o valor médio doado foi significativamente diferente nos dois cenários. No entanto, apesar da diferença ser muito pequena, é possível observar que em C<sub>2</sub>, vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos negativos, a média de valor doado é mais elevada do que em C<sub>1</sub>.

### 3.4.2. *H*<sub>2</sub>: os cenários com vítima identificável apresentam maior intenção de doação do que os cenários com vítima estatística – *EVI*

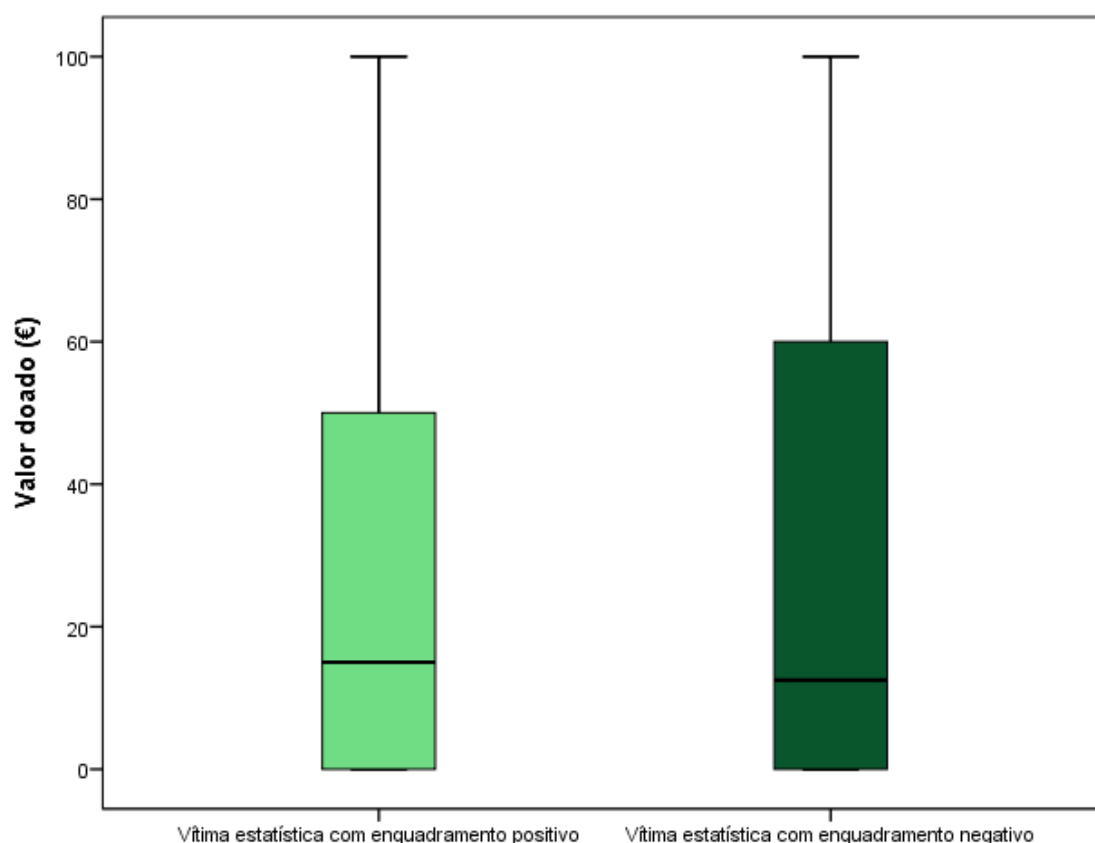
Neste estudo não faz sentido analisar *H*<sub>2</sub>, pois não existem cenários com vítima identificável.

3.4.3.  $H_3$ : os cenários com vítima identificável e enquadramento positivo apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima identificável e enquadramento negativo

Neste estudo não faz sentido testar  $H_3$ , pois não existem cenários com vítima identificável.

3.4.4.  $H_4$ : o cenário com vítima estatística e efeitos de *reflexão* em termos positivos apresenta um valor médio de doação diferente do cenário com vítima estatística e efeitos de *reflexão* em termos negativos

Para testar  $H_4$ , dividiu-se a amostra em dois grupos:  $G_1$  - vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos positivos (Cenário 1) *vs.*  $G_2$  - vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos negativos (Cenário 2). Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos nestes dois grupos, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos dois grupos.  $G_1$ : KS = 0.231;  $p < 0.001$ .  $G_2$ : KS = 0.226;  $p < 0.001$ ), verificando-se que não existem diferenças significativas (MW = 824.5;  $p = 0.881$ ), ou seja, não se verifica  $H_4$  (observável no Gráfico 8). Assim, o cenário que apresenta a vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos positivos não obteve uma intenção de doação significativamente diferente do cenário com vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos negativos. Através do Gráfico 8, é possível verificar que existe uma maior dispersão no valor doado no Cenário 2 (vítima estatística em termos negativos).



**Gráfico 8:** Distribuição do valor doado (€) em G<sub>1</sub> - vítima estatística com efeitos de *reflexão* positivos *vs.* G<sub>2</sub> - vítima estatística com efeitos de *reflexão* negativos. Fonte: construção própria.

3.4.5.  $H_5$ : os cenários com fotografia da vítima identificável apresentam maior intenção de doação relativamente aos cenários com vítima identificável sem fotografia da mesma

Neste estudo, não é possível testar  $H_5$ , pois não existem cenários com fotografia da vítima.

3.4.6.  $H_6$ : os inquiridos do sexo feminino demonstram maior intenção de doação relativamente aos inquiridos do sexo masculino

Para verificar se existem diferenças significativas no valor médio doado pelos inquiridos do sexo masculino e do sexo feminino, efetuou-se o teste Mann-Whitney (pois o valor doado não segue uma distribuição normal pelos sexos. Masculino: KS = 0.229;  $p < 0.001$ . Feminino: KS = 0.244;  $p < 0.001$ ), verificando-se que não existem diferenças significativas (MW = 798.5;  $p = 0.742$ ). Masculino: M

= 33 cents;  $\sigma$  = 35.78 cents; min = 0 cents; máx = 100 cents. Feminino: M = 31.84 cents;  $\sigma$  = 38.40 cents; min = 0 cents; máx = 100 cents. Assim, não se verifica  $H_6$ . Contudo, é interessante observar que este foi o único estudo onde as mulheres doaram menos do que os homens, facto este que poderá ser interessante estudar, uma vez que poderá estar associado a questões culturais, visto ter sido desenvolvido nos Estados Unidos.

#### 3.4.7. $H_7$ : quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de felicidade calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.301$ ;  $p = 0.006$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva moderada entre as variáveis.

Para explorar possíveis associações entre estas duas variáveis, recodificaram-se as variáveis em causa. Relativamente ao valor doado que é uma variável contínua, que varia de 0 cents a 100 cents, consideram-se três grupos:  $G_1$  - 0 cents a 30 cents (inclusive);  $G_2$  - 30 cents (não inclusive) a 60 cents (inclusive) e  $G_3$  - de 60 cents (não inclusive) a 100 cents (inclusive). Relativamente à variável que avalia o nível de felicidade (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada feliz” e 10: “totalmente feliz”) foram considerados apenas dois grupos (de forma análoga a  $E_3$ ):  $G_A$  (0-5) e  $G_B$  (6-10). Para testar a associação entre estas variáveis procedeu-se ao teste Qui-quadrado, concluindo-se que as variáveis estão associadas ( $\chi^2 = 6.625$ ,  $p = 0.036$ ). Como é possível observar na Tabela 13, dos inquiridos menos felizes ( $G_A$ ), a maioria (69.7%) doaria menos dinheiro ( $G_1$ ). Relativamente aos inquiridos que doariam mais dinheiro ( $G_3$ ), a maioria (87.5%) considera-se mais feliz ( $G_B$ ), confirmado-se assim  $H_7$ .

<b>Nível de felicidade</b>	<b>G<sub>A</sub></b>	<b>G<sub>B</sub></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b>G<sub>1</sub></b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>47</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub></i>	48.9%	51.1%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	69.7%	49.0%	57.3%
<i>Dentro do total</i>	28.0%	29.3%	57.3%
<b>G<sub>2</sub></b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>19</b>
<i>Dentro de G<sub>2</sub></i>	42.1%	57.9%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	24.2%	22.4%	23.2%
<i>Dentro do total</i>	9.8%	13.4%	23.2%
<b>G<sub>3</sub></b>	<b>2</b>	<b>14</b>	<b>16</b>
<i>Dentro de G<sub>3</sub></i>	12.5%	87.5%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	6.1%	28.6%	19.5%
<i>Dentro do total</i>	2.4%	17.1%	19.5%
<b>Total</b>	<b>33</b>	<b>49</b>	<b>82</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub> ou G<sub>2</sub></i>	40.2%	59.8%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	40.2%	59.8%	100%

**Tabela 13:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de felicidade. Fonte: construção própria.

3.4.8. *H<sub>8</sub>*: quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de generosidade calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.593$ ;  $p < 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva moderada entre as variáveis.

De forma análoga às análises anteriores, considerou-se a variável do valor doado categorizada nos três grupos já descritos e também se recodificou o nível

de generosidade (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada generoso” e 10: “totalmente generoso”) em dois grupos:  $G_A$  (0-5) e  $G_B$  (6-10). Aplicou-se também o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis estão associadas ( $\chi^2 = 10.433; p = 0.005$ ).

<i>Nível de generosidade</i>	<b><math>G_A</math></b>	<b><math>G_B</math></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b><math>G_1</math></b>	<b>37</b>	<b>10</b>	<b>47</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math></i>	78.7%	21.3%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math> ou <math>G_B</math></i>	69.8%	34.5%	57.3%
<i>Dentro do total</i>	45.1%	12.2%	57.3%
<b><math>G_2</math></b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>19</b>
<i>Dentro de <math>G_2</math></i>	52.6%	47.4%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math> ou <math>G_B</math></i>	18.9%	31.0%	23.2%
<i>Dentro do total</i>	12.2%	11.0%	23.2%
<b><math>G_3</math></b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>16</b>
<i>Dentro de <math>G_3</math></i>	37.5%	62.5%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math> ou <math>G_B</math></i>	11.3%	34.5%	19.5%
<i>Dentro do total</i>	7.3%	12.2%	19.5%
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>29</b>	<b>82</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math> ou <math>G_2</math></i>	64.6%	35.4%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math> ou <math>G_B</math></i>	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	64.6%	35.4%	100%

**Tabela 14:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de generosidade. Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 14, dos inquiridos que doariam mais dinheiro ( $G_3$ ), a maioria (62.5%) sente-se mais generoso ( $G_B$ ). Dos inquiridos que doariam menos dinheiro ( $G_1$ ), a maioria (78.7%) sente-se menos generoso ( $G_A$ ).



Confirma-se  $H_8$ , pois quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação.

### 3.4.9. $H_9$ : quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de emoção (valor) calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.469$ ;  $p \leq 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva fraca entre as variáveis.

Para explorar outras possíveis associações entre estas duas variáveis, recodificaram-se as variáveis em causa. Relativamente ao valor doado que é uma variável contínua, que varia de 0 *cents* a 100 *cents*, consideram-se apenas dois grupos (pois ao considerar os três grupos, o teste do Qui-quadrado não era aplicável, por ter 33.3% de categorias com uma frequência esperada menor a 5):  $G_1$  – de 0 *cents* a 50*cents* (inclusive) e  $G_2$  - de 50 *cents* (não inclusive) a 100 *cents* (inclusive). Recodificou-se o nível de emoção - valor (variável ordinal de 1 a 7 pontos, sendo 1: “extremamente negativo” e 7: “extremamente positivo”) em dois grupos:  $G_A$  (1-4) e  $G_B$  (5-7). Aplicou-se também o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis estão associadas ( $\chi^2 = 7.695$ ;  $p = 0.006$ ).

Valor doado	Nível de emoção - valor	$G_A$	$G_B$	Total
		N (%)	N (%)	N (%)
$G_1$		36	29	65
	<i>Dentro de <math>G_1</math></i>	55.4%	44.6%	100%
	<i>Dentro de <math>G_A</math> ou <math>G_B</math></i>	92.3%	67.4%	79.3%
	<i>Dentro do total</i>	43.9%	35.4%	79.3%
$G_2$		3	14	17
	<i>Dentro de <math>G_2</math></i>	17.6%	82.4%	100%

<i>Dentro de <math>G_A</math> ou <math>G_B</math></i>	7.7%	32.6%	20.7%
<i>Dentro do total</i>	3.7%	17.1%	20.7%
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>43</b>	<b>82</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math> ou <math>G_2</math></i>	47.6%	52.4%	100.0%
<i>Dentro de <math>G_A</math> ou <math>G_B</math></i>	100.0%	100.0%	100.0%
<i>Dentro do total</i>	47.6%	52.4%	100.0%

**Tabela 15:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - valor.  
Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 15, dos inquiridos que doariam menos dinheiro ( $G_1$ ), a maioria encontra-se no  $G_A$  (55.4%); dos inquiridos que doariam mais dinheiro ( $G_2$ ), a maioria dos inquiridos encontra-se no  $G_B$  (82.4%). Verifica-se  $H_9$ , visto que quanto maior é a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro estas irão doar. Quanto maior for a compaixão e conexão das pessoas à mensagem de caridade, maior será a quantia que estarão dispostas a doar.

#### 3.4.10. $H_{10}$ : quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de emoção (intensidade) calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.420$ ;  $p < 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva fraca entre as variáveis.

De forma análoga à análise anterior, considerou-se a variável do valor doado categorizada em dois grupos:  $G_1$  – de 0 a 50 *cents* (inclusive) e  $G_2$  – de 50 *cents* (não inclusive) a 100 *cents* (inclusive) e, também se recodificou o nível de emoção - intensidade (variável ordinal de 1 a 7 pontos, sendo 1: “extremamente fraca” e 7: “extremamente forte”) em dois grupos:  $G_A$  (1-4) e  $G_B$  (5-7). Aplicou-se também o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis estão associadas ( $\chi^2 = 9.675$ ;  $p = 0.002$ ).

<i>Nível de intensidade</i>	<b>G<sub>A</sub></b>	<b>G<sub>B</sub></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b>G<sub>1</sub></b>	<b>39</b>	<b>26</b>	<b>65</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub></i>	60.0%	40.0%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	92.9%	65.0%	79.3%
<i>Dentro do total</i>	47.6%	31.7%	79.3%
<b>G<sub>2</sub></b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>17</b>
<i>Dentro de G<sub>2</sub></i>	17.6%	82.4%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	7.1%	35.0%	20.7%
<i>Dentro do total</i>	3.7%	17.1%	20.7%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>40</b>	<b>82</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub> ou G<sub>2</sub></i>	51.2%	48.8%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	51.2%	48.8%	100%

**Tabela 16:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de emoção - intensidade. Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 16, das pessoas que doariam mais dinheiro (G<sub>2</sub>), 82.4% sentem-se emocionalmente muito intensas (G<sub>B</sub>); das pessoas que doariam menos dinheiro (G<sub>1</sub>), 60% sentem-se menos intensas (G<sub>A</sub>). Confirma-se  $H_{10}$ , verificando-se que a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, relativamente à mensagem de caridade, está relacionada com as doações das mesmas.

Verificámos que com o aumento da emoção, quanto à valência e intensidade, se observa um aumento nas intenções de doação.



# Capítulo 4

## Discussão

### 4.1. Discussão de resultados

Resumo dos resultados dos quatro estudos descritos no Capítulo 3.

Hipóteses	Efeitos de enquadramento <i>puro</i>		Efeitos de <i>reflexão</i>	
	Estudo 1	Estudo 2	Estudo 3	Estudo 4
$H_1$	✗	✗	✗	✗
$H_2$	✗	✗		
$H_3$	✗	✗		
$H_4$	✗		✗	✗
$H_5$	✗			
$H_6$	✓	✗	✗	✗
$H_7$	✓	✓	✓	✓
$H_8$	✓	✗	✓	✓
$H_9$	✓	✗	✓	✓
$H_{10}$	✓	✓	✓	✓

**Tabela 17:** Sumário das hipóteses da investigação. Fonte: construção própria.

✓ Verificou-se a hipótese. ✗ Não se verificou a hipótese.

4.1.1. *H<sub>1</sub>*: o valor médio doado pelos inquiridos não é igual nos diferentes cenários

Esta hipótese não se verificou nos quatro estudos, pois não existiram diferenças estatisticamente significativas em nenhum dos cenários apresentados no que refere à intenção de doação dos participantes.

Seria espectável que os participantes manifestassem uma intenção de doação diferente nos vários cenários, nomeadamente que a sua intenção de doação fosse mais elevada quando o cenário se tratava de apenas uma vítima, *Efeito da Vítima Identificável* (Schelling, 1968; Jenni & Loewenstein, 1997; Small, Loewenstein, & Slovic, 2007), o que não se verificou. No entanto, em E<sub>1</sub>, o Cenário 3 (vítima identificável com enquadramento em termos negativos sem fotografia da criança) foi o cenário que apresentou maior intenção de doação, apesar dos resultados não terem sido estatisticamente significativos.

Seria de esperar que os cenários com efeitos de enquadramento *puro*/ *reflexão* em termos positivos *vs.* negativos tivessem intenções de doação diferentes, facto que se verificou, embora os resultados não tenham sido estatisticamente significativos em nenhum dos estudos.

Em todos os estudos, à exceção de E<sub>2</sub>, os cenários que obtiveram uma intenção de doação maior foram os cenários com enquadramento ou efeitos de *reflexão* em termos negativos. Os estudos 3 e 4 apresentam metodologia e resultados similares ao resultado da investigação de Cao (2016).

4.1.2. *H<sub>2</sub>*: os cenários com vítima identificável apresentam maior intenção de doação do que os cenários com vítima estatística – *EVI*

Esta hipótese foi apenas estudada em E<sub>1</sub> e E<sub>2</sub>, uma vez que E<sub>3</sub> e E<sub>4</sub> não contêm cenários com vítima identificável.

Esta hipótese não se verificou em nenhum dos estudos, uma vez que não se obtiveram resultados estatisticamente significativos em nenhum deles, contrariamente ao que seria previsto pela revisão de literatura. Era de esperar

que os participantes demonstrassem uma intenção de doação diferente nos vários cenários, sobretudo que a sua intenção de doação fosse mais elevada quando o cenário tratava apenas de uma vítima, *EVI* (Schelling, 1968; Jenni & Loewenstein, 1997; Small, Loewenstein, & Slovic, 2007), efeito este que não se verificou.

Em  $E_1$ , depois de se agrupar os cenários com vítima identificável (Cenários 1, 2, 3 e 4) e de se agrupar os cenários com vítima estatística (Cenários 5 e 6), observou-se que as intenções de doação dos participantes foram bastante semelhantes.

No que respeita a  $E_2$ , depois de se agrupar os cenários relativos à vítima identificável (Cenários 1, 2 e 3) e de os comparar com o cenário relativo à vítima estatística (Cenário 4), verificou-se que as intenções de doação foram semelhantes. No entanto, o valor mediano doado para a vítima estatística foi superior ao da vítima identificável, assim como o valor mínimo doado. Neste estudo, o valor médio doado pelos participantes foi mais elevado no cenário relativo à vítima estatística, contrariamente ao que a revisão de literatura afirma relativamente ao *EVI*. Os valores doados para este tipo de vítima foram mais concentrados e os valores doados para a vítima identificável mais dispersos (Gráfico 5).

#### 4.1.3. $H_3$ : os cenários com vítima identificável e enquadramento positivo apresentam um valor médio de doação diferente dos cenários com vítima identificável e enquadramento negativo

Esta hipótese apenas foi estudada em  $E_1$  e  $E_2$ , uma vez que  $E_3$  e  $E_4$  não contêm cenários com vítima identificável.

Relativamente a  $E_1$ , depois de se dividir a amostra em dois grupos:  $G_1$  - vítima identificável com enquadramento positivo (Cenários 1 e 2) e  $G_2$  - vítima identificável com enquadramento negativo (Cenários 3 e 4), verificou-se que as intenções de doação em  $G_2$  foram mais elevadas.

Em  $E_2$ , as diferenças entre o Cenário 1 (vítima identificável com enquadramento em termos negativos) e o Cenário 2 (vítima identificável com enquadramento em termos positivos) foram bastante ténues, sendo que se observou uma intenção de valor médio doado ligeiramente superior no Cenário 2. Os resultados obtidos neste estudo foram congruentes com a investigação de Das, Kerkhof e Kuiper (2008), uma vez que estes autores afirmam que se a evidência trata apenas de um indivíduo, esta é mais persuasiva quando combinada com um enquadramento positivo.

Não foi possível confirmar  $H_3$ , uma vez que os resultados não foram estatisticamente significativos.

4.1.4.  $H_4$ : o cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento/*reflexão* em termos positivos apresenta um valor médio de doação diferente do cenário com vítima estatística e efeitos de enquadramento/*reflexão* em termos negativos

Esta hipótese não foi estudada em  $E_2$ , uma vez que este estudo só contém um cenário com vítima estatística, não permitindo, por isso, comparações entre cenários.

$H_4$  não se verificou em nenhum dos estudos, uma vez que não se obtiveram resultados estatisticamente significativos.

Relativamente a  $E_1$ , dividiu-se a amostra entre cenário com vítima estatística com enquadramento positivo (Cenário 5) e cenário com vítima estatística com enquadramento negativo (Cenário 6). Observou-se que o Cenário 6 obteve intenções de doação mais dispersas, com quantias de doação mais elevadas (Gráfico 3).

Em  $E_3$ , fez-se uma comparação entre o cenário relativo à vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos positivos (Cenário 1) com o cenário da vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos negativos (Cenário 2), verificando-



se que o valor mediano doado foi superior no Cenário 2, sendo os valores de doação mais concentrados neste cenário (Gráfico 7).

Em E<sub>4</sub>, fez-se uma comparação entre o cenário relativo à vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos positivos (Cenário 1) e vítima estatística com efeitos de *reflexão* em termos negativos (Cenário 2). Os valores da intenção de doação dos participantes foram mais dispersos e ligeiramente mais elevados no Cenário 2. É possível observar, no Gráfico 8, que os valores das doações em E<sub>4</sub>, tendo em conta o montante que o estudo permitia que os participantes doassem, foram mais baixos relativamente aos outros estudos. Tal poderá estar associado a questões culturais, tendo em consideração que este estudo foi realizado nos Estados Unidos.

Verificou-se em todos os estudos que os cenários com efeitos de enquadramento/*reflexão* em termos negativos foram os que obtiveram uma intenção de doação mais elevada. Este resultado é congruente com a investigação de Das, Kerkhof e Kuiper (2008), na qual estes autores defendem que a evidência estatística é mais persuasiva quando combinada com um enquadramento negativo.

4.1.5. *H*<sub>5</sub>: os cenários com fotografia da vítima identificável apresentam maior intenção de doação relativamente aos cenários com vítima identificável sem fotografia da mesma

Esta hipótese foi apenas estudada em E<sub>1</sub>, único estudo onde se procedeu à utilização de uma fotografia. Esta hipótese não se verificou, uma vez que os resultados não foram estatisticamente significativos.

Para se testar esta hipótese, dividiu-se a amostra em dois grupos: G<sub>1</sub> - vítima identificável com fotografia (Cenários 2 e 4) *vs.* G<sub>2</sub> - vítima identificável sem fotografia (Cenários 1 e 3), verificou-se que não existiram diferenças no valor médio doado pelos inquiridos entre os dois grupos.

Segundo Burt e Strongman (2004), emoções negativas produzem doações potencialmente maiores do que as imagens de crianças que evoquem emoções positivas. Neste caso, a ideia de Burt e Strongman (2004) de que imagens de crianças usadas por organizações de caridade provocam reações emocionais, não se verificou, visto que a utilização da fotografia não teve efeitos no aumento das intenções de doação, pois não provocou uma emoção negativa suficientemente forte nos participantes.

#### 4.1.6. *H*<sub>6</sub>: os inquiridos do sexo feminino demonstram maior intenção de doação relativamente aos inquiridos do sexo masculino

Verificou-se *H*<sub>6</sub> nos Cenários 3 e 4 de *E*<sub>1</sub> (vítima identificável com e sem fotografia ambas com enquadramento em termos negativos), sendo a intenção de doação das mulheres significativamente superior à dos homens. É de notar que, uma vez mais, o enquadramento em termos negativos foi o que obteve uma intenção de doação maior.

Em *E*<sub>2</sub>, *E*<sub>3</sub> e *E*<sub>4</sub>, não se verificou esta hipótese, uma vez que os resultados obtidos não foram estatisticamente significativos. No entanto, em *E*<sub>2</sub>, observou-se que as mulheres, em geral, demonstraram uma intenção de doação superior à dos homens, aproximadamente de 2 euros. Em *E*<sub>3</sub>, as mulheres também doaram mais do que os homens apesar da diferença ser pouco significativa. Curiosamente, o único estudo onde as mulheres demonstraram uma intenção de doação inferior, ainda que muito ténue, foi em *E*<sub>4</sub>, facto que poderá estar associado a questões culturais.

Apesar dos resultados apenas terem sido significativos em *E*<sub>1</sub> (Cenários 3 e 4), em todos os estudos, à exceção de *E*<sub>4</sub>, a intenção de doação das mulheres foi superior à dos homens (Kirsh, Hume, & Jalnadoni, 1999). Paralelamente, tal como Marx (2000) sugere, as mulheres doam mais do que os homens para instituições de caridade de serviços humanos.

4.1.7. *H<sub>7</sub>*: quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão com a doação

Esta hipótese é exploratória, verificando-se em todos os estudos, uma vez que os resultados foram estatisticamente significativos.

Em todos os estudos se verificou que a maioria dos inquiridos menos felizes doaria pouco dinheiro e que a maioria dos inquiridos mais felizes doaria mais dinheiro, existindo assim, uma associação entre o valor doado e a felicidade.

É possível concluir que quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão. Desta forma, conclui-se que as doações são benéficas tanto para as organizações sem fins lucrativos como para os doadores.

4.1.8. *H<sub>8</sub>*: quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação

Esta hipótese é exploratória e verificou-se em todos os estudos, sendo os resultados estatisticamente significativos, à exceção de E<sub>2</sub>.

Em E<sub>1</sub>, E<sub>3</sub> e E<sub>4</sub>, verificou-se, que dos participantes que estariam dispostos a doar mais dinheiro, a maioria apresentou níveis de generosidade mais elevados.

O Estudo 2 foi o único onde *H<sub>8</sub>* não se verificou, pois, a maioria das pessoas encontrou-se no grupo que doaria mais dinheiro. Independentemente do valor doado, a maior parte dos inquiridos sentiu-se moderadamente generosa, não existindo assim, uma associação entre o valor doado e o nível de generosidade.

Pode-se concluir que as variáveis valor doado e generosidade estão associadas em três dos quatro estudos. Verificou-se que o valor doado teve um impacto positivo no sentimento de generosidade dos participantes na maior parte da presente investigação.

4.1.9. *H<sub>9</sub>*: quanto maior a valência da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar

Esta hipótese é exploratória e verificou-se em todos os estudos, à exceção de E<sub>2</sub>, em que os resultados não foram estatisticamente significativos.

Em E<sub>1</sub>, E<sub>3</sub> e E<sub>4</sub>, observou-se que dos inquiridos que se sentiram mais emotivos, a maioria estaria disposta a doar mais dinheiro, estando as variáveis valência da emoção e valor doado associadas.

Em E<sub>2</sub>, esta hipótese não se verificou, uma vez que a valência da emoção e valor doado não estão associadas. Neste caso, tanto os participantes que doariam muito, como os que doariam pouco, sentiram-se muito emotivos. O facto dos participantes neste estudo se terem sentido, em geral, muito emotivos, poderá estar relacionado com os cenários do mesmo, pois três dos quatro cenários deste estudo estavam relacionados com a vítima identificável. Esta, evoca normalmente mais simpatia e compaixão, fazendo com que as pessoas doem mais. Deste modo, são alocados recursos excessivos a vítimas identificáveis em comparação com os alocados a vítimas estatísticas (Small & Loewenstein, 2003).

Pode concluir-se que, na maior parte da investigação, estas variáveis estiveram associadas, ou seja, quanto maior for a simpatia e compaixão das pessoas pela mensagem de caridade, maior será a sua intenção de doação.

#### 4.1.10. *H*<sub>10</sub>: quanto maior a intensidade da emoção sentida pelas pessoas, mais dinheiro irão doar

Esta hipótese é exploratória e verificou-se em todos os estudos, sendo os resultados estatisticamente significativos em todos.

Existe assim, uma associação entre as variáveis intensidade da emoção e valor doado. Concluiu-se que das pessoas que doariam mais dinheiro, a maior parte manifestou que a intensidade da emoção sentida era mais forte.

A intensidade da emoção sentida pelas pessoas, quando estão perante uma mensagem de caridade, poderá ser uma condicionante muito forte na concretização de uma doação. Por este motivo, as organizações de caridade deverão apostar em mensagens fortes, que sensibilizem e apelem bastante às emoções.

#### 4.1.11. Questões de investigação

A presente investigação pretende responder às seguintes questões:

Q<sub>1</sub>: Qual dos tipos de efeitos de enquadramento *puro*, positivos *vs.* negativos, tem mais impacto no aumento das doações para causas sociais?

Q<sub>2</sub>: Qual dos tipos de efeitos de *reflexão*, positivos *vs.* negativos, tem mais impacto no aumento das doações para causas sociais?

Após terem sido analisados os estudos da presente investigação, verificou-se que as mensagens em termos negativos, com resultados em termos de perdas, foram as que obtiveram uma intenção de doação superior.

Em E<sub>1</sub>, relativamente à vítima identificável e à vítima estatística, foi no enquadramento em termos negativos que se observou uma intenção de doação superior.

O Estudo 2 foi o único onde estes resultados não se verificaram uma vez que o cenário onde se obteve maior intenção de doação foi o relativo à vítima estatística, cenário esse onde as doações reportavam diretamente para as crianças africanas, e não para a organização de caridade em questão.

Tanto em E<sub>3</sub> como em E<sub>4</sub>, verificou-se uma intenção de doação mais elevada relativamente aos efeitos de *reflexão* formulados em termos negativos, tal como na investigação de Cao (2016).

O facto das mensagens formuladas em termos negativos terem tido um impacto maior no aumento das intenções de doação, poderá estar relacionado com as *fantasias positivas*. Estas permitem às pessoas experienciarem mentalmente um futuro desejado no presente, e conduzem a um relaxamento associado com o sucesso, ao invés de levarem à energia necessária para uma ação esforçada (Kappes & Oettingen, 2011). Desta forma, as *fantasias positivas* associadas com mensagens formuladas em termos positivos, poderão ser um preditor de que este

tipo de mensagem não tem tanto impacto no aumento das intenções de doação, face a mensagens formuladas em termos negativos.

Os resultados obtidos são congruentes com a teoria da prospeção (Kahneman & Tversky, 1979), sendo as pessoas avessas ao risco quando estão perante ganhos certos, procurando-o quando estão perante perdas certas. Deste modo, as mensagens enquadradas em termos negativos deverão ser mais efetivas em promover comportamentos associados com algum grau de risco ou resultados indesejados, relativamente às mensagens enquadradas em termos positivos. De facto, observou-se que as mensagens em termos negativos foram as mais efetivas, tendo em conta que estas pretendiam promover comportamentos associados a resultados indesejados, tais como crianças moçambicanas ficarem subnutridas ou abandonarem a escola.



# Capítulo 5

## Conclusão

### 5.1. Principais contributos dos estudos

Do ponto de vista prático, tendo em vista o aumento das doações, a presente investigação sugere que as organizações de caridade deverão utilizar mensagens com efeitos de enquadramento *puro* ou de *reflexão* em termos negativos.

Verificou-se que, em Portugal, na sua generalidade, as mulheres doam mais do que os homens, facto este efetivamente comprovado quando se trata do caso de uma vítima identificável, cuja mensagem seja enquadrada em termos negativos.

Concluiu-se que quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais felizes se sentirão. Deste modo, as organizações ganham em termos monetários e os doadores ficam mais felizes. Igualmente, observou-se que quanto mais dinheiro as pessoas estiverem dispostas a doar, mais generosas se sentirão com a doação.

No que concerne às emoções, quanto maior for a valência da emoção sentida pelas pessoas, simpatia, compaixão pela mensagem de caridade, assim como a intensidade da mesma, maior será a quantia que estarão dispostas a doar.



No que diz respeito aos efeitos de *reflexão*, considera-se que não existem diferenças culturais entre Portugal e os Estados Unidos, no âmbito das doações, visto o resultado dos estudos ter-se revelado estatisticamente semelhante em ambos os países.

## 5.2. Limitações da investigação

Tal como na generalidade dos estudos, esta investigação apresentou algumas limitações que deverão ser reconhecidas. Primeiramente, para a realização do estudo nos Estados Unidos, foi necessário estar dependente de uma pessoa residente neste país para publicar o estudo na plataforma *Amazon Mechanical Turk*, o que levou a um atraso na concretização do mesmo.

Outra das limitações desta investigação, foi o facto de apenas terem sido compensados pela sua participação os inquiridos do E<sub>4</sub>, realizado nos Estados Unidos. Talvez, se os participantes dos três primeiros estudos tivessem sido compensados monetariamente pelo tempo dispendido, os resultados pudessem ter sido diferentes, uma vez que as pessoas ao serem compensadas poderiam sentir uma maior cumplicidade e atenção nas respostas.

O facto de os estudos terem sido realizados no computador pessoal dos participantes, ao invés de numa sala própria para o efeito, também pode ter influenciado um pouco os resultados, pois as pessoas podem ter preenchido o questionário apressadamente.

Relativamente às hipóteses em análise, o E<sub>2</sub> foi o único, em que o enquadramento em termos negativos e as hipóteses  $H_8$  e  $H_9$  não se verificaram. Um dos motivos que pode ter originado estes resultados poderá prender-se com a amostra do mesmo.

A grande disparidade nas idades dos inquiridos, na generalidade dos estudos, poderá, também, ter limitado os resultados.

Questões pessoais, nomeadamente relacionadas com o orçamento e situação monetária atual dos inquiridos, podem ter influenciado os resultados. Os inquiridos podem, também, não incluir no seu orçamento pessoal donativos para causas sociais.

A falta de confiança dos inquiridos no destino dado às doações pode, igualmente, ter influenciado algumas intenções de doação a serem mais baixas do que o esperado.

Note-se que nos estudos experimentais desta dissertação, as vítimas que constituem os diferentes cenários são sempre crianças. Este facto pode ser uma condicionante nas conclusões retiradas. Num trabalho futuro, seria interessante aplicar os estudos, contendo adultos como vítimas, tentando aferir se as conclusões seriam as mesmas.

Por último, os estudos trataram de intenções de doação e não de doações reais representando, por conseguinte, uma limitação, dado que nem sempre as intenções se traduzem em comportamentos efetivos.

### 5.3. Sugestões de investigação futura

Na presente investigação não se obtiveram os resultados esperados relativamente à verificação do *efeito da vítima identificável*, nem em Portugal nem nos Estados Unidos. Sugere-se, então, que a realização de estudos neste âmbito se estenda a outras culturas podendo, para o efeito, serem utilizados os estudos elaborados nesta dissertação.

Propõe-se que possam ser feitas alterações às mensagens dos estudos de forma a que estas contribuam para o aumento do impacto na vontade de doar dos

participantes, a saber: fazer uso de exemplos mais chocantes, com recurso à utilização de fotografias que evidenciem o sofrimento de crianças por falta de nutrição.

Atendendo a que os Estudos 3 e 4 se baseiam na mesma metodologia, será interessante explorá-los com maior detalhe, investigando mais aprofundadamente possíveis diferenças culturais entre Portugal e os Estados Unidos.

As hipóteses  $H_8$  e  $H_9$  apenas não se verificaram em  $E_2$ , pelo que se sugere a sua incorporação noutras investigações a fim de testar a sua validade.

Tendo como referência os mesmos objetivos desta investigação, sugere-se uma outra implementada num ambiente preparado para o efeito e equipado com computadores para uso dos participantes.

Numa investigação futura seria, igualmente, interessante analisar mensagens de angariação de fundos com doações reais, uma vez que podem existir diferenças entre as intenções comportamentais e os comportamentos reais.



# Bibliografia

Allen, M., & Preiss, R. W. (1997). Comparing the persuasiveness of narrative and statistical evidence using meta-analysis. *Communication Research Reports*, 14(2), 125-131. doi: 10.1080/08824099709388654.

America's heart goes out to Baby Jessica. (1987). *People Weekly*, Volume 28:18. November 2.

Andreoni, J., Brown, E., & Rischall, I. (2003). Charitable giving by married couples: Who decides and why does it matter? *Journal of Human Resources*, 38, 111-133. doi: 10.2307/1558758.

Ariely, D., Loewenstein, G., & Prelec, D. (2003). "Coherent arbitrariness": Stable demand curves without stable preferences. *The Quarterly Journal of Economics*, 118(1), 73-106. doi: 10.1162/00335530360535153.

Assembly, U. G. (1948). Universal declaration of human rights. *UN General Assembly*.

Ataca. (2015). Quem somos. Retirado de <http://www.ataca.org/quem-somos/>

Baessler, E. J., & Burgoon, J. K. (1994). The temporal effects of story and statistical evidence on belief change. *Communication Research*, 21(5), 582-602. doi: 10.1177/009365094021005002.

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. doi: 10.1016/0146-6402(78)90002-4.

Baron, J. (1997). Confusion of relative and absolute risk in valuation. *Journal of Risk and Uncertainty*, 14(3), 301-309. doi: 10.1023/A:1007796310463.

Baron, J., & Szymanska, E. (2011). Heuristics and biases in charity. *The science of giving: Experimental Approaches to the Study of Charity*, 215-235.

Bartels, D. M. (2006). Proportion dominance: The generality and variability of favoring relative savings over absolute savings. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100(1), 76-95. doi: 10.1016/j.obhdp.2005.10.004.

Bendapudi, N., Singh, S. N., & Bendapudi, V. (1996). Enhancing helping behavior: An integrative framework for promotion planning. *Journal of Marketing*, 60(3), 33-49. doi: 10.2307/1251840.

Berg, L. (2014). Who benefits from behavioural economics? *Economic Analysis and Policy*, 44(2), 221-232. doi: 10.1016/j.eap.2014.06.001.

Block, L. G., & Keller, P. A. (1997). Effects of self-efficacy and vividness on the persuasiveness of health communications. *Journal of Consumer Psychology*, 6(1), 31-54. doi: 10.1207/s15327663jcp0601\_02.

Brewer, M. B., & Gardner, W. (1996). Who is this "We"? Levels of collective identity and self representations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(1), 83-93. doi: 10.1037/0022-3514.71.1.83.

Brown, E. (2005). Married couples' charitable giving: Who and why. *New Directions in Philanthropic Fundraising*, 50, 69-80. doi: 10.1002/pf.129.

Burt, C. D., & Strongman, K. (2004). Use of images in charity advertising: Improving donations and compliance rates. *International Journal of Organisational Behaviour*, 8(8), 571-580.

Campbell, D. T. (1958). Common fate, similarity, and other indices of the status of aggregates of persons as social entities. *Systems Research and Behavioral Science*, 3(1), 14-25. doi: 10.1002/bs.3830030103.

Cao, X. (2016). Framing charitable appeals: the effect of message framing and perceived susceptibility to the negative consequences of inaction on donation intention. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 21(1), 3-12. doi: 10.1002/nvsm.1536.

Chang, C. T., & Lee, Y. K. (2009). Framing charity advertising: Influences of message framing, image valence, and temporal framing on a charitable appeal. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(12), 2910-2935. doi: 10.1111/j.1559-1816.2009.00555.

Cryder, C. E., Loewenstein, G., & Scheines, R. (2013). The donor is in the details. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 120(1), 15-23. doi: 10.1016/j.obhdp.2012.08.002.

Das, E., Kerkhof, P., & Kuiper, J. (2008). Improving the effectiveness of fundraising messages: The impact of charity goal attainment, message framing, and evidence on persuasion. *Journal of Applied Communication Research*, 36(2), 161-175. doi: 10.1080/00909880801922854.

Detweiler, J. B., Bedell, B. T., Salovey, P., Pronin, E., & Rothman, A. J. (1999). Message framing and sunscreen use: Gain-framed messages motivate beachgoers. *Health Psychology*, 18(2), 189-196. doi: 10.1037/0278-6133.18.2.189.

Dickert, S., Västfjäll, D., Kleber, J., & Slovic, P. (2012). Valuations of human lives: Normative expectations and psychological mechanisms of (ir) rationality. *Synthese*, 189, 95-105. doi: 10.1007/s11229-012-0137-4.

Dickert, S., Västfjäll, D., Kleber, J., & Slovic, P. (2015). Scope insensitivity: The limits of intuitive valuation of human lives in public policy. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 4(3), 248-255.

Dovidio, J. F., Gaertner, S. L., Validzic, A., Matoka, K., Johnson, B., & Frazier, S. (1997). Extending the benefits of recategorization: Evaluations, self-disclosure, and helping. *Journal of Experimental Social Psychology*, 33(4), 401-420. doi: 10.1006/jesp.1997.1327.

Duncan, B. (2004). A theory of impact philanthropy. *Journal of Public Economics*, 88(9), 2159-2180. doi: 10.1016/S0047-2727(03)00037-9.

Fagley, N. S. (1993). A note concerning reflection effects versus framing effects. *Psychological Bulletin*, 113(3), 451-452. doi: 10.1037/0033-2909.113.3.451.

Fetherstonhaugh, D., Slovic, P., Johnson, S., & Friedrich, J. (1997). Insensitivity to the value of human life: A study of psychophysical numbing. *Journal of Risk and Uncertainty*, 14(3), 283-300. doi: 10.1023/A:1007744326393.

Field, A., & Hole, G. (Ed.). (2003). *How to design and report experiments*. City Road, London, UK: Sage Publications.

Freedman, J. L., & Fraser, S. C. (1966). Compliance without pressure: the foot-in-the-door technique. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4(2), 195-202. doi: 10.1037/h0023552.

Friedrich, J., Barnes, P., Chapin, K., Dawson, I., Garst, V., & Kerr, D. (1999). Psychophysical numbing: When lives are valued less as the lives at risk increase. *Journal of Consumer Psychology*, 8(3), 277-299. doi: 10.1207/s15327663jcp0803\_05.

Global Humanitarian Assistance. (2013). *Global Humanitarian Assistance Report*. Retirado de <http://devinit.org/post/gha-report-2013>.

Goffman, E. (Ed.). (1974). *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*. London, UK: Harper and Row.

Green, M. C. (2006). Narratives and cancer communication. *Journal of Communication*, 56, 163-183. doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00288.

Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701-721. doi: 10.1037//0022-3514.79.5.701.

Green, M. C., Brock, T. C., & Kaufman, G. F. (2004). Understanding media enjoyment: The role of transportation into narrative worlds. *Communication Theory*, 14(4), 311-327. doi: 10.1111/j.1468-2885.2004.tb00317.x

Greenfield, J. M. (1999). *Fund Raising: Evaluating and Managing the Fund Development Process*. AFP/Wiley Fund Development Series, US: John Wiley & Sons.

Hamilton, D. L., & Sherman, S. J. (1996). Perceiving persons and groups. *Psychological Review*, 103(2), 336-55. doi: 10.1037/0033-295X.103.2.336.



Hsee, C. K. (1996). The evaluability hypothesis: An explanation for preference reversals between joint and separate evaluations of alternatives. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 67, 247–257. doi: 10.1006/obhd.1996.0077.

Hsee, C. K., & Zhang, J. (2010). General evaluability theory. *Perspectives on Psychological Science*, 5(4), 343-355. doi: 10.1177/1745691610374586.

Hsee, C. K., Zhang, J., Lu, Z. Y., & Xu, F. (2013). Unit Asking: A Method to Boost Donations and Beyond. *Psychological Science*, 1-8. doi: 10.1177/0956797613482947.

Hull, S. J. (2012). Perceived risk as a moderator of the effectiveness of framed HIV-test promotion messages among women: A randomized controlled trial. *Health Psychology*, 31(1), 114-121. doi: 10.1037/a0024702.

Levin, I. P., Schneider, S. L., & Gaeth, G. J. (1998). All frames are not created equal: A typology and critical analysis of framing effects. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 76(2), 149-188. doi: 10.1006/obhd.1998.2804.

Jenni, K., & Loewenstein, G. (1997). Explaining the identifiable victim effect. *Journal of Risk and Uncertainty*, 14(3), 235-257. doi: 10.1023/A:10077402.

Kahneman, D. (2002). Biographical. Retirado de [http://nobelprize.org/nobel\\_prizes/economics/laureates/2002/kahneman-autobio.html](http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/2002/kahneman-autobio.html).

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Girou, Nova Iorque.

Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263-292. doi: 10.2307/1914185.

Kappes, H. B., & Oettingen, G. (2011). Positive fantasies about idealized futures sap energy. *Journal of Experimental Social Psychology*, 47(4), 719-729. doi: 10.1016/j.jesp.2011.02.003.

Kappes, H. B., Sharma, E., & Oettingen, G. (2013). Positive fantasies dampen charitable giving when many resources are demanded. *Journal of Consumer Psychology, 23*(1), 128-135. doi: 10.1016/j.jcps.2012.02.001.

Keller, P. A. (2006). Regulatory focus and efficacy of health messages. *Journal of Consumer Research, 33*(1), 109-114. doi: 10.1086/504141.

Kirsch, A. D., Hume, K. M., & Jalandoni, N. T. (1999). Giving and Volunteering in the United States: Findings from a National Survey. Washington, D.C.: Independent Sector.

Kogut, T., & Ritov, I. (2005a). The “identified victim” effect: An identified group, or just a single individual? *Journal of Behavioral Decision Making, 18*(3), 157-167. doi: 10.1002/bdm.492.

Kogut, T., & Ritov, I. (2005b). The singularity effect of identified victims in separate and joint evaluations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 97*(2), 106-116. doi: 10.1016/j.obhdp.2005.02.003.

Kogut, T., & Ritov, I. (2007). “One of us”: Outstanding willingness to help save a single identified compatriot. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 104*(2), 150-157. doi: 10.1016/j.obhdp.2007.04.006.

Kopfman, J. E., Smith, S. W., Ah Yun, J. K., & Hodges, A. (1998). Affective and cognitive reactions to narrative versus statistical evidence organ donation messages. *Journal of Applied Communication Research, 26*, 279-300. doi: 10.1080/00909889809365508.

Lickel, B., Hamilton, D. L., Wierzchowska, G., Lewis, A., Sherman, S. J., & Uhles, A. N. (2000). Varieties of groups and the perception of group entitativity. *Journal of Personality and Social Psychology, 78*(2), 223-46. doi: 10.1037//0022-3514.78.2.223.

Marx, J. D. (2000). Women and human services giving. *Social Work, 45* (1), 27-38. doi: 10.1093/sw/45.1.27.

Mongin, P. (1997). Expected Utility Theory. In Davis, J., Hands, W. & Maki, U. (Ed.), *Handbook of Economic Methodology* (pp. 342-350). London, Edward Elgar.

Moore, D. A. (1999). Order effects in preference judgments: Evidence for context dependence in the generation of preferences. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 78(2), 146-165. doi: 10.1006/obhd.1999.2828.

National Philanthropic Trust. (2018). Charitable giving statistics. Retirado de <http://www.nptrust.org/philanthropic-resources/charitable-giving-statistics>.

Nisbett, R., & Ross, L. (1980). *Human Inference: Strategies and Shortcomings of Social Judgment*. New Jersey, US: Prentice-Hall Press.

Piper, G., & Schnepf, S. V. (2008). Gender differences in charitable giving in Great Britain. *Voluntas*, 19, 103-124. doi: 10.1007/s11266-008-9057-9

Reinard, J. C. (1988). The empirical study of the persuasive effects of evidence: The status after fifty years of research. *Human Communication Research*, 15(1), 3-59. doi: 10.1111/j.1468-2958.1988.tb00170.

Reynolds, R. A., & Reynolds, J. L. (2002). Evidence. In J. E. Dillard & M. Pfau (Ed.), *The persuasion handbook: Developments in theory and practice* (pp. 513-542). Thousand Oaks, CA: Sage.

Rimer, B. K., & Kreuter, M. W. (2006). Advancing tailored health communication: A persuasion and message effects perspective. *Journal of Communication*, 56, 184-201. doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00289.

Rook, K. S. (1987). Effects of case history versus abstract information on health attitudes and behaviors. *Journal of Applied Social Psychology*, 17(6), 533-553. doi: 10.1111/j.1559-1816.1987.tb00329.

Rooney, P., Brown, E., & Mesch, D. (2007). Who decides in giving to education? A study of charitable giving by married couples. *International Journal of Educational Advancement*, 7, 229-242. doi: 10.1057/palgrave.ijea.2150063.

Rothman, A. J., Bartels, R. D., Wlaschin, J., & Salovey, P. (2006). The strategic use of gain-and loss-framed messages to promote healthy behavior: How theory

can inform practice. *Journal of Communication*, 56, 202-220. doi: 10.1111/j.1460-2466.2006.00290.

Rothman, A. J., Kelly, K. M., Hertel, A. W., & Salovey, P. (2003). Message frames and illness representations: Implications for interventions to promote and sustain healthy behavior. In Cameron, L. D. & Leventhal, H. (Ed.), *The Self-regulation of Health and Illness Behavior* (pp. 278-296). Routledge: New York, NY.

Schelling, T. (1968). Problems in Public Expenditure Analysis (Ed.), *The Life You Save May Be Your Own* (pp. 127-156). Washington D.C.: The Brookings Institute.

Schwarz, N., & Clore, G. L. (2007). Feelings and phenomenal experiences. In Higgins, E. T. & Kruglanski, A. W. (Ed.), *Socialpsychology: Handbook of basic principles* (pp. 385-407). New York, NY: Guilford Press.

Sharma, E., & Morwitz, V. G. (2016). Saving the masses: The impact of perceived efficacy on charitable giving to single vs. multiple beneficiaries. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 135, 45-54. doi: 10.1016/j.obhdp.2016.06.001.

Slovic, P. (2007). "If I look at the mass I will never act": Psychic numbing and genocide. *Judgment and Decision Making*, 2(2), 79-95. doi: 10.1007/978-90-481-8647-1\_3.

Slovic, P., Fischhoff, B., & Lichtenstein, S. (1980). Facts and fears: Understanding perceived risk. *Societal risk assessment: How safe is safe enough*, 4, 181-214. doi: 10.1007/978-1-4899-0445-4\_9.

Small, D. A., & Loewenstein, G. (2003). Helping a victim or helping the victim: Altruism and identifiability. *Journal of Risk and Uncertainty*, 26(1), 5-16. doi: 10.1023/A:1022299422219.

Small, D. A., & Loewenstein, G. (2005). The devil you know: The effects of identifiability on punishment. *Journal of Behavioral Decision Making*, 18(5), 311-318. doi: 10.1002/bdm.507.

Small, D. A., Loewenstein, G., & Slovic, P. (2007). Sympathy and callousness: The impact of deliberative thought on donations to identifiable and statistical victims. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(2), 143-153. doi: 10.1016/j.obhdp.2006.01.005.

Smith, R. W., Faro, D., & Burson, K. A. (2013). More for the many: The influence of entitativity on charitable giving. *Journal of Consumer Research*, 39(5), 961-976. doi: 10.1086/666470.

Taylor, S. E., Pham, L. B., Rivkin, I. D., & Armor, D. A. (1998). Harnessing the imagination: Mental simulation, self-regulation, and coping. *American Psychologist*, 53(4), 429-439. doi: 10.1037/0003-066X.53.4.429.

Thaler, R., & Mullainathan, S. (2000). Behavioral Economics, The concise encyclopedia of Economics, retirado de <http://www.econlib.org/library/Enc/BehavioralEconomics.html>.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2003). Libertarian paternalism. *The American Economic Review*, 93(2), 175-179.

Thaler, R., & Sustein, C. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven, CT: Yale University Press.

Trope, Y., & Liberman, N. (2000). Temporal construal and time-dependent changes in preference. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(6), 876-889. doi: 10.1037/0022-3514.79.6.876.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science, New Series*, 185(4157). doi: 10.1126/science.185.4157.1124.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The Framing of Decisions and the Psychology of Choice. *Science*, 211 (4481), 453-458. doi: 10.1126/science.7455683.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1991). Loss aversion in riskless choice: A reference-dependent model. *The Quarterly Journal of Economics*, 106(4), 1039-1061. doi: 10.2307/2937956.

Unicef. (2014). *Relatório sumário da situação das crianças em Moçambique 2014*. Retirado de <http://sitan.unicef.org.mz/sumario.html>.

VanderStoep, S. W., & Johnson, D. D. (Ed.). (2009). *Research methods for everyday life: Blending qualitative and quantitative approaches*. San Francisco, CA, US: John Wiley & Sons, Inc.

Zagefka, H., Noor, M., Brown, R., Hopthrow, T., & Moura, G. R. (2012). Eliciting donations to disaster victims: Psychological considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, 15(4), 221-230. doi: 10.1111/j.1467-839X.2012.01378.

Warren, P. E., & Walker, I. (1991). Empathy, effectiveness and donations to charity: Social psychology's contribution. *British Journal of Social Psychology*, 30(4), 325-337. doi: 10.1111/j.2044-8309.1991.tb00949.

Weiner, B. (1980). A cognitive (attribution)-emotion-action model of motivated behavior: An analysis of judgments of help-giving. *Journal of Personality and Social psychology*, 39(2), 186-200. doi: 10.1037/0022-3514.39.2.186.

Weiner, B. (Ed.). (1995). *Judgments of responsibility: A foundation for a theory of social conduct*. New York, NY: Guilford Press.



# Apêndices

## A. Estudo 1

### A1. Introdução

Este estudo é realizado no âmbito de uma tese de mestrado, da Católica Porto Business School, e tem como objetivo recolher a opinião das pessoas sobre aspetos da temática das doações para causas sociais. Este estudo tem a duração média de 3 minutos. Não existem respostas certas ou erradas. Os dados serão totalmente anónimos e confidenciais, destinando-se apenas para fins de investigação. A sua participação sincera é muito importante para a compreensão dos fenómenos estudados.

Agradecemos, desde já, a sua participação.

Este questionário é composto por duas partes:

- 1) 6 questões sobre um cenário hipotético;
- 2) Informações demográficas breves.

Para qualquer esclarecimento ou informação adicional acerca deste estudo, poderá contactar Raquel Coelho para o endereço de *e-mail* [raquelrcoelho10@gmail.com](mailto:raquelrcoelho10@gmail.com).

Muito obrigada!

### A11. Cenário 1: vítima identificável - enquadramento em termos positivos sem foto

O Sílvia tem sete anos, vive com a sua avó, um tio e quatro irmãos na província da Zambézia, uma das províncias mais pobres de Moçambique. A sua mãe faleceu com HIV/SIDA e o seu pai toma medicação, pois também está infetado com HIV. O Sílvia não frequenta a escola e sofre de desnutrição, apesar de fazer refeições à base de chima (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que a família consiga comprar ou trocar. Sílvia e outras crianças poderão vir a frequentar a escola e a ter uma alimentação equilibrada com o apoio da ATACA (ONGD) - Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.

**Com a ajuda das doações, 7 em cada 10 crianças poderão continuar a frequentar a escola e a fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

**Q1:** imagine que, para além do que tem na sua conta bancária ou na sua carteira, recebeu inesperadamente 30 euros. Desse dinheiro (de 0 a 30), quanto estaria disposto a doar para esta organização que ajudará crianças africanas?

**Q2:** quão racional, de 0 a 10, considera que foi a sua decisão, sendo 0: nada racional e 10: totalmente racional?

**Q3:** quão feliz, de 0 a 10, se sentiria se pudesse realmente efetuar esta doação, sendo 0: nada feliz e 10: totalmente feliz?

**Q4:** quão generoso, de 0 a 10, se sentiria em fazer esta doação, sendo 0: nada generoso e 10: totalmente generoso?

**Q5:** tente agora, por favor, perceber o tipo de emoção que este caso produz em si. Caracterize, de 1 a 7, essa emoção quanto ao seu valor (valência) e quanto à sua intensidade. No valor: 1: extremamente negativo e 7: extremamente positivo. Na intensidade: 1: extremamente fraca e 7: extremamente forte.



## A12. Cenário 2: vítima identificável - enquadramento em termos positivos com foto

O Sílvia tem sete anos, vive com a sua avó, um tio e quatro irmãos na província da Zambézia, uma das províncias mais pobres de Moçambique. A sua mãe faleceu com HIV/SIDA e o seu pai toma medicação, pois também está infetado com HIV. O Sílvia não frequenta a escola e sofre de desnutrição, apesar de fazer refeições à base de *chima* (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que a família consiga comprar ou trocar. Sílvia e outras crianças poderão vir a frequentar a escola e a ter uma alimentação equilibrada com o apoio da ATACA (ONGD) - Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.



**Com a ajuda das doações, 7 em cada 10 crianças poderão continuar a frequentar a escola e a fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

**Q1:** imagine que, para além do que tem na sua conta bancária ou na sua carteira, recebeu inesperadamente 30 euros. Desse dinheiro (de 0 a 30), quanto estaria disposto a doar para esta organização que ajudará crianças africanas?

**Q2:** quão racional, de 0 a 10, considera que foi a sua decisão, sendo 0: nada racional e 10: totalmente racional?

**Q3:** quão feliz, de 0 a 10, se sentiria se pudesse realmente efetuar esta doação, sendo 0: nada feliz e 10: totalmente feliz?

**Q4:** quão generoso, de 0 a 10, se sentiria em fazer esta doação, sendo 0: nada generoso e 10: totalmente generoso?

**Q5:** tente agora, por favor, perceber o tipo de emoção que este caso produz em si. Caracterize, de 1 a 7, essa emoção quanto ao seu valor (valência) e quanto à sua intensidade. No valor: 1: extremamente negativo e 7: extremamente positivo. Na intensidade: 1: extremamente fraca e 7: extremamente forte.

## A13. Cenário 3: vítima identificável - enquadramento em termos negativos sem foto

O Sílvia tem sete anos, vive com a sua avó, um tio e quatro irmãos na província da Zambézia, uma das províncias mais pobres de Moçambique. A sua mãe faleceu com HIV/SIDA e o seu pai toma medicação, pois também está infetado com HIV. O Sílvia não frequenta a escola e sofre de desnutrição, apesar de fazer refeições à base de *chima* (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que a família consiga comprar ou trocar. Sílvia e outras crianças poderão vir a frequentar a escola e a ter uma alimentação equilibrada com o apoio da ATACA (ONGD) -

Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.

**Com a ajuda das doações, somente 3 em cada 10 crianças continuarão a não poder frequentar a escola, e a não conseguir fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

**Q1:** imagine que, para além do que tem na sua conta bancária ou na sua carteira, recebeu inesperadamente 30 euros. Desse dinheiro (de 0 a 30), quanto estaria disposto a doar para esta organização que ajudará crianças africanas?

**Q2:** quão racional, de 0 a 10, considera que foi a sua decisão, sendo 0: nada racional e 10: totalmente racional?

**Q3:** quão feliz, de 0 a 10, se sentiria se pudesse realmente efetuar esta doação, sendo 0: nada feliz e 10: totalmente feliz?

**Q4:** quão generoso, de 0 a 10, se sentiria em fazer esta doação, sendo 0: nada generoso e 10: totalmente generoso?

**Q5:** tente agora, por favor, perceber o tipo de emoção que este caso produz em si. Caracterize, de 1 a 7, essa emoção quanto ao seu valor (valência) e quanto à sua intensidade, sendo 1: extremamente negativo e 7: extremamente positivo.

#### A<sub>14</sub>. Cenário 4: vítima identificável - enquadramento em termos negativos com foto

O Sílvia tem sete anos, vive com a sua avó, um tio e quatro irmãos na província da Zambézia, uma das províncias mais pobres de Moçambique. A sua mãe faleceu com HIV/SIDA e o seu pai toma medicação, pois também está infetado com HIV. O Sílvia não frequenta a escola e sofre de desnutrição, apesar de fazer refeições à base de *chima* (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que a família consiga comprar ou trocar. Sílvia e outras crianças poderão vir a frequentar a escola e a ter uma alimentação equilibrada com o apoio da ATACA (ONGD) - Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.



**Com a ajuda das doações, somente 3 em cada 10 crianças continuarão a não poder frequentar a escola, e a não conseguir fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

## A15. Cenário 5: vítima estatística - enquadramento em termos positivos

Em Moçambique a desnutrição crónica apresenta-se nos níveis mais elevados do mundo, afetando 5 milhões de crianças menores de 7 anos, limitando o desenvolvimento intelectual das mesmas. A maioria das famílias faz refeições à base de chima (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que consigam comprar ou trocar. Moçambique é um dos países do mundo mais afetados pelo HIV/SIDA, tendo a oitava mais elevada taxa de prevalência de HIV no mundo. Muitas das crianças ficaram órfãs por causa do HIV. No que concerne à educação, devido aos custos associados com a escola, muitas famílias não conseguem suportar os estudos, fazendo com que muitas crianças abandonem a escola. Os progressos no setor da educação têm estagnado nos últimos anos, sendo notório o baixo nível de aprendizagem nesta zona do mundo. Estas crianças poderão vir a ter uma alimentação equilibrada e a frequentar a escola com o apoio da ATACA (ONGD) - Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.

**Com a ajuda das doações, 7 em cada 10 crianças poderão continuar a frequentar a escola e a fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

**Q1:** imagine que, para além do que tem na sua conta bancária ou na sua carteira, recebeu inesperadamente 30 euros. Desse dinheiro (de 0 a 30), quanto estaria disposto a doar para esta organização que ajudará crianças africanas?

**Q2:** quão racional, de 0 a 10, considera que foi a sua decisão, sendo 0: nada racional e 10: totalmente racional?

**Q3:** quão feliz, de 0 a 10, se sentiria se pudesse realmente efetuar esta doação, sendo 0: nada feliz e 10: totalmente feliz?

**Q4:** quão generoso, de 0 a 10, se sentiria em fazer esta doação, sendo 0: nada generoso e 10: totalmente generoso?

**Q5:** tente agora, por favor, perceber o tipo de emoção que este caso produz em si. Caracterize, de 1 a 7, essa emoção quanto ao seu valor (valência) e quanto à sua intensidade. No valor: 1: extremamente negativo e 7: extremamente positivo. Na intensidade: 1: extremamente fraca e 7: extremamente forte.

## A16. Cenário 6: vítima estatística - enquadramento em termos negativos

Em Moçambique a desnutrição crónica apresenta-se nos níveis mais elevados do mundo, afetando 5 milhões de crianças menores de 7 anos, limitando o desenvolvimento intelectual das mesmas. A maioria das famílias faz refeições à base de chima (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que consigam comprar ou trocar. Moçambique é um dos países do mundo mais afetados pelo HIV/SIDA, tendo a oitava mais elevada taxa de prevalência de HIV no mundo. Muitas das crianças ficaram órfãs por causa do HIV. No que concerne à educação, devido aos custos associados com a escola, muitas famílias não conseguem suportar os estudos, fazendo com que muitas crianças abandonem a escola. Os progressos no setor da educação têm estagnado nos últimos anos, sendo notório o baixo nível de aprendizagem nesta zona do mundo. Estas crianças poderão vir a ter uma alimentação equilibrada e a frequentar a escola com o apoio da ATACA (ONGD) - Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.

**Com a ajuda das doações, somente 3 em cada 10 crianças continuarão a não poder frequentar a escola, e a não conseguir ter, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

**Q1:** imagine que, para além do que tem na sua conta bancária ou na sua carteira, recebeu inesperadamente 30 euros. Desse dinheiro (de 0 a 30), quanto estaria disposto a doar para esta organização que ajudará crianças africanas?

**Q2:** quão racional, de 0 a 10, considera que foi a sua decisão, sendo 0: nada racional e 10: totalmente racional?

**Q3:** quão feliz, de 0 a 10, se sentiria se pudesse realmente efetuar esta doação, sendo 0: nada feliz e 10: totalmente feliz?

**Q4:** quão generoso, de 0 a 10, se sentiria em fazer esta doação, sendo 0: nada generoso e 10: totalmente generoso?

**Q5:** tente agora, por favor, perceber o tipo de emoção que este caso produz em si. Caraterize, de 1 a 7, essa emoção quanto ao seu valor (valência) e quanto à sua intensidade. No valor: 1: extremamente negativo e 7: extremamente positivo. Na intensidade: 1: extremamente fraca e 7: extremamente forte.

## A17. Dados sociodemográficos

**Q1:** indique, por favor, a sua idade.

**Q2:** indique, por favor, o seu sexo:

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

**Q3:** indique, por favor, qual o seu nível de formação:

- ☐ Básico
- ☐ Secundário
- ☐ Licenciatura
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutoramento

## A2. Caraterização da amostra

A amostra deste estudo foi recolhida por conveniência e é constituída por 300 participantes, sendo 126 (42%) do sexo masculino e 174 (58%) do sexo feminino. A média das idades é de 31.64 anos ( $\sigma$  = 13.38 anos; min = 16 anos; máx = 66 anos), e varia entre os 16 e os 66 anos. Relativamente às habilitações académicas, 4 (1.3%) completaram o ensino básico; 49 (16.3%) o ensino secundário; 165 (55%) são licenciados; 75 (25%) têm mestrado e 7 (2.3%) possuem doutoramento.

Cada um dos participantes respondeu apenas a um cenário, sendo que 49 (16.3%) responderam ao Cenário 1; 54 (18%) responderam ao Cenário 2; 50 (16.7%) responderam ao Cenário 3; 57 (19%) responderam ao Cenário 4; 47 (15.7%) responderam ao Cenário 5 e 43 (14.3%) responderam ao Cenário 6.

Para verificar se existiam diferenças significativas entre as médias de idades dos participantes alocados nos seis cenários, procedeu-se ao teste Kruskal-Wallis (pois a idade não segue uma distribuição normal pelos cenários),  $C_1$ :  $KS = 0.304$ ;  $p < 0.001$ .  $C_2$ :  $KS = 0.250$ ;  $p < 0.001$ .  $C_3$ :  $KS = 0.305$ ;  $p < 0.001$ .  $C_4$ :  $KS = 0.269$ ;  $p < 0.001$ .  $C_5$ :  $KS = 0.307$ ,  $p < 0.001$ .  $C_6$ :  $KS = 0.280$ ,  $p < 0.001$ ), concluindo-se que não existem diferenças significativas ( $\chi^2 = 2.913$ ;  $p = 0.713$ ).  $C_1$ :  $M = 29.73$  anos;  $\sigma = 12.01$  anos;  $\min = 19$  anos;  $\max = 57$  anos.  $C_2$ :  $M = 33.30$  anos;  $\sigma = 14.35$  anos;  $\min = 18$  anos;  $\max = 66$  anos.  $C_3$ :  $M = 31.82$  anos;  $\sigma = 12.99$  anos;  $\min = 18$  anos;  $\max = 60$  anos.  $C_4$ :  $M = 30.75$  anos;  $\sigma = 12.84$  anos;  $\min = 16$  anos;  $\max = 59$  anos.  $C_5$ :  $M = 30.34$  anos;  $\sigma = 12.50$  anos;  $\min = 18$  anos;  $\max = 63$  anos.  $C_6$ :  $M = 34.12$  anos;  $\sigma = 15.67$  anos;  $\min = 17$  anos;  $\max = 64$  anos.

Para verificar se existe uma associação entre as habilitações académicas e a pertença a um dado cenário, agregaram-se os níveis de habilitações académicas em três grupos:  $G_1$  (ensino básico ou ensino secundário);  $G_2$  (licenciados) e  $G_3$  (mestres e doutores). Seguidamente, aplicou-se o teste Qui-quadrado para a independência e concluiu-se que não existe nenhuma associação entre o nível de habilitações académicas e a pertença a um dado cenário ( $\chi^2 = 12.212$ ;  $p=0.271$ ).  $C_1$ : 7 (14.3%) possuem ensino secundário; 27 (55.1%) possuem licenciatura; 13 (26.5%) têm mestrado e 2 (4.1%) têm doutoramento.  $C_2$ : 7 (13%) possuem o ensino secundário; 31 (57.4%) possuem licenciatura e 16 (29.6%) têm mestrado.  $C_3$ : 2 (4%) têm o ensino básico; 8 (16%) têm o ensino secundário; 25 (50%) possuem licenciatura; 13 (26%) possuem mestrado e 2 (4%) têm doutoramento.  $C_4$ : 8 (14%) possuem o ensino secundário; 35 (61.4%) possuem licenciatura; 13 (22.8%) possuem mestrado e 1 (1.8%) possui doutoramento.  $C_5$ : 7 (14.9%) possuem o ensino secundário; 24 (51.1%) possuem licenciatura; 14 (29.8%) têm mestrado e 2 (4.3%) têm doutoramento.  $C_6$ : 2 (4.7%) têm o ensino básico, 12 (27.9%) têm o ensino secundário; 23 (53.5%) possuem licenciatura e 6 (14%) possuem mestrado.

### A3. Valor doado e idade

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e a idade, calculou-se o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.105$ ;  $p = 0.071$ ), verificando-se que não existe uma correlação linear forte entre as variáveis.

### A4. Valor doado e nível de racionalidade

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de racionalidade, calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.243$ ;  $p < 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva muito fraca entre as variáveis: a quantia que se tencionaria doar está pouco associada à racionalidade que os participantes atribuíram à sua intenção de doação.

De forma análoga às análises descritas nos estudos, considerou-se a variável do valor doado categorizada nos três grupos descritos anteriormente e também se recodificou o nível de racionalidade (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada racional” e 10: “totalmente racional”) em três grupos:  $G_A$  (0-3);  $G_B$  (4-7) e  $G_C$  (8-10). Aplicou-se o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis estão significativamente associadas ( $\chi^2 = 9.835$ ;  $p = 0.043$ ).

<i>Nível de racionalidade</i>	<b><math>G_A</math></b>	<b><math>G_B</math></b>	<b><math>G_C</math></b>	<b>Total</b>
<b>Valor doado</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>	<b>N (%)</b>
<b><math>G_1</math></b>	<b>7</b>	<b>24</b>	<b>19</b>	<b>50</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math></i>	14.0%	48.0%	38.0%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math>, <math>G_B</math> ou <math>G_C</math></i>	26.9%	19.7%	12.5%	16.7%
<i>Dentro do total</i>	2.3%	8.0%	6.3%	16.7%
<b><math>G_2</math></b>	<b>8</b>	<b>53</b>	<b>52</b>	<b>113</b>
<i>Dentro de <math>G_2</math></i>	7.1%	46.9%	46.0%	100%

<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	30.8%	43.4%	34.2%	37.7%
<i>Dentro do total</i>	2.7%	17.7%	17.3%	37.7%
<b>G<sub>3</sub></b>	<b>11</b>	<b>45</b>	<b>81</b>	<b>137</b>
<i>Dentro de G<sub>3</sub></i>	8.0%	32.8%	59.1%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	42.3%	36.9%	53.3%	45.7%
<i>Dentro do total</i>	3.7%	15.0%	27.0%	45.7%
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>122</b>	<b>152</b>	<b>300</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub> ou G<sub>3</sub></i>	8.7%	40.7%	50.7%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	100%	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	8.7%	40.7%	50.7%	100%

**Tabela 18:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de racionalidade.  
Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 18, das pessoas que doariam mais dinheiro (G<sub>3</sub>), 59.1% sentem-se muito racionais (G<sub>C</sub>). Das pessoas que se sentem mais racionais (G<sub>C</sub>), 53.3% estão no grupo das pessoas que doariam mais dinheiro. Observou-se que com o aumento do montante de doação que as pessoas estariam dispostas a doar, a sua sensação de racionalidade aumenta.

#### A5. Cenários e nível de felicidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de felicidade e os seis cenários em estudo, o teste mais adequado seria o teste Qui-quadrado. No entanto, não é possível aplicá-lo, uma vez que não se verificou o requisito de existirem menos do que 20% de categorias com uma frequência menor que 5. Assim sendo, optou-se por considerar que o nível de felicidade é uma variável contínua, que varia entre 0 e 10 pontos, e aplicou-se o teste Kruskal-Wallis para aferir se existem diferenças significativas entre os cenários, concluindo-se que não existem ( $\chi^2 = 1.746$ ;  $p = 0.883$ ). C<sub>1</sub>: M = 8.18;  $\sigma = 1.92$ ; min = 5; máx = 10. C<sub>2</sub>: M

= 7.85;  $\sigma$  = 2.78; min = 0; máx = 10. C<sub>3</sub>: M = 8.16;  $\sigma$  = 2.53; min = 5; máx = 10. C<sub>4</sub>: M = 8.28;  $\sigma$  = 2.46; min = 0; máx = 10. C<sub>5</sub>: M = 8.02;  $\sigma$  = 2.24; min = 1; máx = 10. C<sub>6</sub>: M = 8.37;  $\sigma$  = 2.02; min = 3; máx = 10.

Assim sendo, não existem diferenças significativas entre os cenários e o nível de felicidade sentido pelos respondentes, ou seja, nenhum tipo de cenário evocou nos participantes mais felicidade com a doação, tendo sido as respostas bastante semelhantes entre cenários, quer sejam de vítima identificável, quer sejam de vítima estatística.

#### A6. Cenários e nível de generosidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de generosidade e os seis cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, tendo-se concluído que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 11.507$ ;  $p = 0.319$ ). C<sub>1</sub>: M = 6.10;  $\sigma$  = 2.76; min = 0; máx = 10. C<sub>2</sub>: M = 6.56;  $\sigma$  = 3.27; min = 0; máx = 10. C<sub>3</sub>: M = 6.64;  $\sigma$  = 2.97; min = 0; máx = 10. C<sub>4</sub>: M = 6.14;  $\sigma$  = 3.03; min = 0; máx = 10. C<sub>5</sub>: M = 6.47;  $\sigma$  = 2.54; min = 0; máx = 10. C<sub>6</sub>: M = 6.58;  $\sigma$  = 2.42; min = 0; máx = 10. Os inquiridos não se sentiram mais generosos em nenhum cenário específico, verificando-se que as médias do nível de generosidade dos seis cenários são muito idênticas.

#### A7. Cenários e nível de racionalidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de racionalidade e os seis cenários em estudo, o teste mais adequado seria o teste Qui-quadrado. No entanto, não é possível aplicá-lo, uma vez que não se verificou o requisito de existirem menos do que 20% de categorias com uma frequência menor que 5. Assim sendo, optou-se por considerar que o nível de racionalidade é uma variável contínua, que varia entre 0 e 10 pontos, e aplicou-se o teste Kruskal-Wallis para aferir se existem diferenças significativas entre os cenários, tendo-se concluído que não existem ( $\chi^2 = 3.487$ ;  $p = 0.625$ ). C<sub>1</sub>: M = 6.69;  $\sigma$  = 2.32; min = 0;



máx = 10. C<sub>2</sub>: M = 7.02;  $\sigma$  = 3.02; min = 0; máx = 10. C<sub>3</sub>: M = 7.34;  $\sigma$  = 2.43; min = 1; máx = 10. C<sub>4</sub>: M = 7.33;  $\sigma$  = 2.69; min = 1; máx = 10. C<sub>5</sub>: M = 7.06;  $\sigma$  = 2.73; min = 0; máx = 10. C<sub>6</sub>: M = 7.47;  $\sigma$  = 2.34; min = 2; máx = 10. Não se observaram diferenças significativas na sensação de racionalidade dos indivíduos entre os diferentes cenários em estudo.

#### A8. Cenários e emoção (valor)

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de emoção (valência) e os seis cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, tendo-se concluído que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 8.346$ ;  $p = 0.595$ ). C<sub>1</sub>: M = 5.29;  $\sigma$  = 1.31; min = 2; máx = 7. C<sub>2</sub>: M = 5.35;  $\sigma$  = 1.54; min = 1; máx = 7. C<sub>3</sub>: M = 5.10;  $\sigma$  = 1.58; min = 2; máx = 7. C<sub>4</sub>: M = 5.23;  $\sigma$  = 1.59; min = 1; máx = 7. C<sub>5</sub>: M = 5.53;  $\sigma$  = 1.38; min = 1; máx = 7. C<sub>6</sub>: M = 5.51;  $\sigma$  = 1.35; min = 1; máx = 7. Relativamente à valência da emoção sentida pelos participantes, não se registaram diferenças significativas entre os diferentes cenários.

#### A9. Cenários e emoção (intensidade)

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de emoção (intensidade) e os seis cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, tendo-se concluído que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 12.050$ ;  $p = 0.282$ ). C<sub>1</sub>: M = 4.86;  $\sigma$  = 1.02; min = 3; máx = 7. C<sub>2</sub>: M = 4.91;  $\sigma$  = 1.69; min = 1; máx = 7. C<sub>3</sub>: M = 5.10;  $\sigma$  = 1.22; min = 2; máx = 7. C<sub>4</sub>: M = 5.26;  $\sigma$  = 1.49; min = 1; máx = 7. C<sub>5</sub>: M = 5.13;  $\sigma$  = 1.28; min = 1; máx = 7. C<sub>6</sub>: M = 5.12;  $\sigma$  = 1.37; min = 3; máx = 7. Relativamente à intensidade da emoção sentida pelos participantes, também não se verificaram diferenças significativas entre os diferentes cenários.

## B. Estudo 2

### B1. Introdução

Este estudo é realizado no âmbito de uma tese de mestrado, da Católica Porto Business School, e tem como objetivo recolher a opinião das pessoas sobre aspetos da temática das doações para causas sociais. Este estudo tem a duração média de 3 minutos. Não existem respostas certas ou erradas. Os dados serão totalmente anónimos e confidenciais, destinando-se apenas para fins de investigação. A sua participação sincera é muito importante para a compreensão dos fenómenos estudados.

Agradecemos, desde já, a sua participação.

Este questionário é composto por duas partes:

- 1) 6 questões sobre um cenário hipotético;
- 2) Informações demográficas breves.

Para qualquer esclarecimento ou informação adicional acerca deste estudo, poderá contactar Raquel Coelho para o endereço de *e-mail* [raquelrcoelho10@gmail.com](mailto:raquelrcoelho10@gmail.com).

Muito obrigada!

### B11. Cenário 1: vítima identificável - enquadramento em termos negativos sem foto

O Sílvio tem sete anos, vive com a sua avó, um tio e quatro irmãos na província da Zambézia, uma das províncias mais pobres de Moçambique. A sua mãe faleceu com HIV/SIDA e o seu pai toma medicação, pois também está infetado com HIV. O Sílvio não frequenta a escola e sofre de desnutrição, apesar de fazer refeições à base de *chima* (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que a família consiga comprar ou trocar. Sílvio e outras crianças poderão vir a frequentar a escola e a ter uma alimentação equilibrada com o apoio da ATACA (ONGD) - Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.

**Com a ajuda das doações, somente 3 em cada 10 crianças continuarão a não poder frequentar a escola, e a não conseguir fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

**Q1:** imagine que, para além do que tem na sua conta bancária ou na sua carteira, recebeu inesperadamente 30 euros. Desse dinheiro (de 0 a 30), quanto estaria disposto a doar para esta organização que ajudará crianças africanas?

**Q2:** quão racional, de 0 a 10, considera que foi a sua decisão, sendo 0: nada racional e 10: totalmente racional?

**Q3:** quão feliz, de 0 a 10, se sentiria se pudesse realmente efetuar esta doação, sendo 0: nada feliz e 10: totalmente feliz?

**Q4:** quão generoso, de 0 a 10, se sentiria em fazer esta doação, sendo 0: nada generoso e 10: totalmente generoso?

**Q5:** tente agora, por favor, perceber o tipo de emoção que este caso produz em si. Caraterize, de 1 a 7, essa emoção quanto ao seu valor (valência) e quanto à sua intensidade. No valor: 1: extremamente negativo e 7: extremamente positivo. Na intensidade: 1: extremamente fraca e 7: extremamente forte.

## B<sub>12</sub>. Cenário 2: vítima identificável - enquadramento em termos positivos sem foto

O Sílvia tem sete anos, vive com a sua avó, um tio e quatro irmãos na província da Zambézia, uma das províncias mais pobres de Moçambique. A sua mãe faleceu com HIV/SIDA e o seu pai toma medicação, pois também está infetado com HIV. O Sílvia não frequenta a escola e sofre de desnutrição, apesar de fazer refeições à base de *chima* (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que a família consiga comprar ou trocar. Sílvia e outras crianças poderão vir a frequentar a escola e a ter uma alimentação equilibrada com o apoio da ATACA (ONGD) - Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.

**Com a ajuda das doações, 7 em cada 10 crianças poderão frequentar a escola e fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

**Q1:** imagine que, para além do que tem na sua conta bancária ou na sua carteira, recebeu inesperadamente 30 euros. Desse dinheiro (de 0 a 30), quanto estaria disposto a doar para esta organização que ajudará crianças africanas?

**Q2:** quão racional, de 0 a 10, considera que foi a sua decisão, sendo 0: nada racional e 10: totalmente racional?

**Q3:** quão feliz, de 0 a 10, se sentiria se pudesse realmente efetuar esta doação, sendo 0: nada feliz e 10: totalmente feliz?

**Q4:** quão generoso, de 0 a 10, se sentiria em fazer esta doação, sendo 0: nada generoso e 10: totalmente generoso?

**Q5:** tente agora, por favor, perceber o tipo de emoção que este caso produz em si. Caracterize, de 1 a 7, essa emoção quanto ao seu valor (valência) e quanto à sua intensidade. No valor: 1: extremamente negativo e 7: extremamente positivo. Na intensidade: 1: extremamente fraca e 7: extremamente forte.

## B<sub>13</sub>. Cenário 3: vítima identificável - doações para o Sílvia

O Sílvia tem sete anos, vive com a sua avó, um tio e quatro irmãos na província da Zambézia, uma das províncias mais pobres de Moçambique. A sua mãe faleceu com HIV/SIDA e o seu pai toma medicação, pois também está infetado com HIV. O Sílvia não frequenta a escola e sofre de desnutrição, apesar de fazer refeições à base de *chima* (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que a família consiga comprar ou trocar. Sílvia e outras crianças poderão vir a frequentar a escola e a ter uma alimentação equilibrada com o apoio da ATACA (ONGD) - Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.

**Com a ajuda das doações, o Sílvia poderá frequentar a escola e fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

**Q1:** imagine que, para além do que tem na sua conta bancária ou na sua carteira, recebeu inesperadamente 30 euros. Desse dinheiro (de 0 a 30), quanto estaria disposto a doar para esta organização que ajudará crianças africanas?

**Q2:** quão racional, de 0 a 10, considera que foi a sua decisão, sendo 0: nada racional e 10: totalmente racional?

**Q3:** quão feliz, de 0 a 10, se sentiria se pudesse realmente efetuar esta doação, sendo 0: nada feliz e 10: totalmente feliz?

**Q4:** quão generoso, de 0 a 10, se sentiria em fazer esta doação, sendo 0: nada generoso e 10: totalmente generoso?

**Q5:** tente agora, por favor, perceber o tipo de emoção que este caso produz em si. Caraterize, de 1 a 7, essa emoção quanto ao seu valor (valência) e quanto à sua intensidade. No valor: 1: extremamente negativo e 7: extremamente positivo. Na intensidade: 1: extremamente fraca e 7: extremamente forte.

## B14. Cenário 4: vítima estatística - doações para as crianças

Em Moçambique a desnutrição crónica apresenta-se nos níveis mais elevados do mundo, afetando 5 milhões de crianças menores de 7 anos, limitando o desenvolvimento intelectual das mesmas. A maioria das famílias faz refeições à base de chima (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que consigam comprar ou trocar. Moçambique é um dos países do mundo mais afetados pelo HIV/SIDA, tendo a oitava mais elevada taxa de prevalência de HIV no mundo. Muitas das crianças ficaram órfãs por causa do HIV. No que concerne à educação, devido aos custos associados com a escola, muitas famílias não conseguem suportar os estudos, fazendo com que muitas crianças abandonem a escola. Os progressos no setor da educação têm estagnado nos últimos anos, sendo notório o baixo nível de aprendizagem nesta zona do mundo. Estas crianças poderão vir a ter uma alimentação equilibrada e a frequentar a escola com o seu apoio. A ATACA (ONGD) - é uma Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.

**Com a ajuda das doações, estas crianças moçambicanas poderão frequentar a escola e fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

**Q1:** imagine que, para além do que tem na sua conta bancária ou na sua carteira, recebeu inesperadamente 30 euros. Desse dinheiro (de 0 a 30), quanto estaria disposto a doar para esta organização que ajudará crianças africanas?

**Q2:** quão racional, de 0 a 10, considera que foi a sua decisão, sendo 0: nada racional e 10: totalmente racional?

**Q3:** quão feliz, de 0 a 10, se sentiria se pudesse realmente efetuar esta doação, sendo 0: nada feliz e 10: totalmente feliz?

**Q4:** quão generoso, de 0 a 10, se sentiria em fazer esta doação, sendo 0: nada generoso e 10: totalmente generoso?

**Q5:** tente agora, por favor, perceber o tipo de emoção que este caso produz em si. Caraterize, de 1 a 7, essa emoção quanto ao seu valor (valência) e quanto à sua intensidade. No valor: 1: extremamente negativo e 7: extremamente positivo. Na intensidade: 1: extremamente fraca e 7: extremamente forte.

## B15. Dados sociodemográficos

**Q1:** indique, por favor, a sua idade.

**Q2:** indique, por favor, o seu sexo:

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

**Q3:** indique, por favor, qual o seu nível de formação:

- Básico
- Secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

**Q4:** indique, por favor a sua nacionalidade.

## B2. Caraterização da amostra

A amostra deste estudo foi recolhida por conveniência e é constituída por 143 participantes, sendo 52 (36.4%) do sexo masculino e 91 (63.6%) do sexo feminino. A média das idades é de 37.56 anos ( $\sigma=13.54$  anos; min = 19 anos; máx = 75 anos), e a idade varia dos 19 aos 75 anos. Relativamente às habilitações académicas, 25 (17.5%) completaram o ensino secundário; 69 (48.3%) são licenciados; 41 (28.7%) têm mestrado e 8 (5.6%) têm doutoramento. Relativamente à nacionalidade, 122 (85.3%) têm nacionalidade portuguesa; 20 (14%) possuem nacionalidade brasileira e 1 (0.7%) nacionalidade suíça.

Cada participante respondeu a cenários diferentes, sendo que 42 participantes (29.4%) responderam ao Cenário 1; 33 (23.1%) responderam ao Cenário 2; 33 (23.1%) responderam ao Cenário 3 e 35 (24.5%) responderam ao Cenário 4.

Para verificar se existem diferenças significativas entre as médias de idades dos participantes nos quatro cenários, procedeu-se ao teste Kruskal-Wallis (pois a idade não segue uma distribuição normal em todos os cenários. C<sub>1</sub>: KS = 0.127;  $p = 0.087$ . C<sub>2</sub>: KS = 0.217;  $p < 0.001$ . C<sub>3</sub>: KS = 0.202;  $p = 0.001$ . C<sub>4</sub>: KS = 0.174;  $p = 0.009$ ), concluindo-se que não existem diferenças significativas ( $\chi^2 = 2.779$ ;  $p = 0.427$ ). C<sub>1</sub>: M = 39.33 anos;  $\sigma = 13.00$  anos; min = 23 anos; máx = 64 anos. C<sub>2</sub>: M = 39.45 anos;  $\sigma = 16.89$  anos; min = 20 anos; máx = 75 anos. C<sub>3</sub>: M = 36.06 anos;  $\sigma = 13.15$  anos; min = 19 anos; máx = 64 anos. C<sub>4</sub>: M = 35.06 anos;  $\sigma = 10.70$  anos; min = 21 anos; máx = 58 anos.

Para verificar se existe uma associação entre as habilitações académicas dos participantes e o cenário respondido, começou-se por recodificar as habilitações académicas em três grupos: G<sub>1</sub> (ensino secundário); G<sub>2</sub> (licenciados) e G<sub>3</sub> (mestres e doutores). Seguidamente, aplicou-se o teste Qui-quadrado para a independência, e concluiu-se que não existe nenhuma associação ( $\chi^2 = 9.469$ ;  $p = 0.149$ ). C<sub>1</sub>: 3 (7.1%) possuem ensino secundário; 19 (45.2%) possuem licenciatura; 16 (38.1%) têm mestrado e 4 (9.5%) têm doutoramento. C<sub>2</sub>: 8 (24.2%) possuem o ensino secundário; 16 (48.5%) possuem licenciatura e 9 (27.3%) têm mestrado. C<sub>3</sub>: 9 (27.3%) têm o ensino secundário; 14 (42.4%) possuem licenciatura; 7 (21.2%) possuem mestrado e 3 (9.1%) têm doutoramento. C<sub>4</sub>: 5 (14.3%) possuem o ensino secundário; 20 (57.1%) possuem licenciatura; 9 (25.7%) possuem mestrado e 1 (2.9%) possui doutoramento.

### B<sub>3</sub>. Valor doado e idade

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e a idade, calculou-se o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.100$ ;  $p = 0.233$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva muito fraca entre as variáveis.

### B<sub>4</sub>. Valor doado e nível de racionalidade

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de racionalidade, calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.302$ ;  $p < 0.001$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva fraca entre as variáveis.

De forma análoga às análises anteriores, considerou-se a variável do valor doado categorizada nos três grupos descritos anteriormente e também se recodificou o nível de racionalidade (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada racional” e 10: “totalmente racional”) nos três grupos: G<sub>A</sub> (0-3); G<sub>B</sub> (4-7) e

G<sub>C</sub> (8-10). Aplicou-se o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis estão associadas ( $\chi^2 = 16.451$ ;  $p = 0.002$ ).

<i>Nível de racionalidade</i> <i>Valor doado</i>	<b>G<sub>A</sub></b> <b>N (%)</b>	<b>G<sub>B</sub></b> <b>N (%)</b>	<b>G<sub>C</sub></b> <b>N (%)</b>	<b>Total</b> <b>N (%)</b>
<b>G<sub>1</sub></b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>5</b>	<b>22</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub></i>	27.3%	50.0%	22.7%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	31.6%	19.3%	7.5%	15.4%
<i>Dentro do total</i>	4.2%	7.7%	3.5%	15.4%
<b>G<sub>2</sub></b>	<b>3</b>	<b>26</b>	<b>19</b>	<b>48</b>
<i>Dentro de G<sub>2</sub></i>	6.3%	54.2%	39.6%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	15.8%	45.6%	28.4%	33.6%
<i>Dentro do total</i>	2.1%	18.2%	13.3%	33.6%
<b>G<sub>3</sub></b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>43</b>	<b>73</b>
<i>Dentro de G<sub>3</sub></i>	13.7%	27.4%	58.9%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	52.6%	35.1%	64.2%	51.0%
<i>Dentro do total</i>	7.0%	14.0%	30.1%	51.0%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>57</b>	<b>67</b>	<b>143</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub>, G<sub>2</sub> ou G<sub>3</sub></i>	13.3%	39.9%	46.9%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub>, G<sub>B</sub> ou G<sub>C</sub></i>	100%	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	13.3%	39.9%	46.9%	100%

**Tabela 19:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de racionalidade.  
Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 19, das pessoas que doariam mais dinheiro (G<sub>3</sub>), 58.9% sentem-se muito racionais (G<sub>C</sub>). Das pessoas que se sentem mais racionais (G<sub>C</sub>), 64.2% estão no grupo das pessoas que doariam mais dinheiro.

## B5. Cenários e nível de felicidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de felicidade e os quatro cenários em estudo, o teste mais adequado seria o teste Qui-quadrado. No entanto, não é possível aplicá-lo, uma vez que não se verificou o requisito de existirem menos do que 20% de categorias com uma frequência menor que 5. Assim sendo, optou-se por considerar o nível de felicidade como uma variável contínua, que varia entre 0 e 10 pontos, e aplicou-se o teste Kruskal-Wallis para aferir se existem diferenças significativas entre os cenários, tendo-se concluído que não existem ( $\chi^2 = 1.568$ ;  $p = 0.667$ ). Independentemente do cenário em que os participantes foram alocados, a felicidade sentida foi elevada, visto todas as médias terem sido superiores a 8. C<sub>1</sub>: M = 8.12;  $\sigma = 2.46$ ; min = 0; máx = 10. C<sub>2</sub>: M = 8.76;  $\sigma = 1.50$ ; min = 5; máx = 10. C<sub>3</sub>: M = 8.85;  $\sigma = 1.58$ ; min = 5; máx = 10. C<sub>4</sub>: M = 8.34;  $\sigma = 2.46$ ; min = 1; máx = 10.

## B6. Cenários e nível de generosidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de generosidade e os quatro cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, concluindo-se que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 7.863$ ;  $p = 0.248$ ). C<sub>1</sub>: M = 5.52;  $\sigma = 3.12$ ; min = 0; máx = 10. C<sub>2</sub>: M = 5.79;  $\sigma = 2.47$ ; min = 1; máx = 10. C<sub>3</sub>: M = 6.42;  $\sigma = 2.89$ ; min = 0; máx = 10. C<sub>4</sub>: M = 6.09;  $\sigma = 3.21$ ; min = 0; máx = 10. Independentemente do cenário em que os participantes foram alocados, a generosidade sentida apresentou valores médios, nem muito altos, nem muito baixos.

## B7. Cenários e nível de racionalidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de racionalidade e os quatro cenários em estudo, o teste mais adequado seria o teste Qui-quadrado. No entanto, não é possível aplicá-lo, uma vez que não se verificou o requisito de



existirem menos do que 20% de categorias com uma frequência menor que 5. Assim, optou-se por considerar que o nível de racionalidade é uma variável contínua, que varia entre 0 e 10 pontos, e aplicou-se o teste Kruskal-Wallis para aferir se existem diferenças significativas entre os cenários, concluindo-se que não existem ( $\chi^2 = 0.431$ ;  $p = 0.934$ ). C<sub>1</sub>: M = 6.60;  $\sigma = 3.01$ ; min = 0; máx = 10. C<sub>2</sub>: M = 7.21;  $\sigma = 2.27$ ; min = 2; máx = 10. C<sub>3</sub>: M = 6.85;  $\sigma = 2.93$ ; min = 0; máx = 10. C<sub>4</sub>: M = 6.80;  $\sigma = 3.10$ ; min = 0; máx = 10.

#### B<sub>8</sub>. Cenários e emoção (valor)

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de emoção (valor) e os quatro cenários em estudo, o teste mais adequado seria o teste Qui-quadrado. No entanto, este não é possível aplicar, uma vez que não se verificou o requisito de existirem menos do que 20% de categorias com uma frequência menor que 5. Assim, optou-se por considerar que o nível de emoção (valor) é uma variável contínua, que varia entre 1 e 7 pontos, e aplicou-se o teste Kruskal-Wallis para aferir se existem diferenças significativas entre os cenários, tendo-se concluído que não existem ( $\chi^2 = 3.888$ ;  $p = 0.274$ ). Independentemente do cenário em que os participantes foram alocados, o nível de emoção (valor) não foi elevado. C<sub>1</sub>: M = 4.79;  $\sigma = 1.52$ ; min = 1; máx = 7. C<sub>2</sub>: M = 4.88;  $\sigma = 1.43$ ; min = 1; máx = 7. C<sub>3</sub>: M = 5.39;  $\sigma = 1.48$ ; min = 1; máx = 7. C<sub>4</sub>: M = 4.89;  $\sigma = 1.76$ ; min = 1; máx = 7.

#### B<sub>9</sub>. Cenários e emoção (intensidade)

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de emoção (intensidade) e os quatro cenários em estudo, o teste mais adequado seria o teste Qui-quadrado. No entanto, este não é possível aplicar, uma vez que não se verificou o requisito de existirem menos do que 20% de categorias com uma frequência menor que 5. Assim, optou-se por considerar que o nível de

intensidade é uma variável contínua, que varia entre 1 e 7 pontos, e aplicou-se o teste Kruskal-Wallis para aferir se existem diferenças significativas entre os cenários, tendo-se concluído que existem diferenças ( $\chi^2 = 10.666$ ;  $p = 0.014$ ). C<sub>1</sub>: M = 4.86;  $\sigma = 1.41$ ; min = 1; máx = 7. C<sub>2</sub>: M = 4.88;  $\sigma = 1.24$ ; min = 2; máx = 7. C<sub>3</sub>: M = 5.67;  $\sigma = 1.08$ ; min = 2; máx = 7. C<sub>4</sub>: M = 5.34;  $\sigma = 1.51$ ; min = 1; máx = 7. Ao realizar as comparações múltiplas entre pares de cenários, as diferenças encontram-se entre os Cenários 1 e 3 ( $p = 0.043$ ).

## C. Estudo 3

### C<sub>1</sub>. Introdução

Este estudo é realizado no âmbito de uma tese de mestrado, da Católica Porto Business School, e tem como objetivo recolher a opinião das pessoas sobre aspetos da temática das doações para causas sociais. Este estudo tem a duração média de 3 minutos. Não existem respostas certas ou erradas. Os dados serão totalmente anónimos e confidenciais, destinando-se apenas para fins de investigação. A sua participação sincera é muito importante para a compreensão dos fenómenos estudados.

Agradecemos, desde já, a sua participação.

Este questionário é composto por duas partes:

- 1) 6 questões sobre um cenário hipotético;
- 2) Informações demográficas breves.

Para qualquer esclarecimento ou informação adicional acerca deste estudo, poderá contactar Raquel Coelho para o endereço de *e-mail* [raquelrcoelho10@gmail.com](mailto:raquelrcoelho10@gmail.com).

Muito obrigada!

### C<sub>11</sub>. Cenário 1: vítima estatística – efeitos de *reflexão* em termos positivos

Em Moçambique a desnutrição crónica apresenta-se nos níveis mais elevados do mundo, afetando 5 milhões de crianças menores de 7 anos, limitando o desenvolvimento intelectual das mesmas. A maioria das famílias faz refeições à base de chima (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que consigam comprar ou trocar. Moçambique é um dos países do mundo mais afetados pelo HIV/SIDA, tendo a oitava mais elevada taxa de prevalência de HIV no mundo. Muitas das crianças ficaram órfãs por causa do HIV. No que concerne à educação, devido aos custos associados com a escola, muitas famílias não conseguem suportar os estudos, fazendo com que muitas crianças abandonem a escola. Os progressos no setor da educação têm estagnado nos últimos anos, sendo notório o baixo nível de aprendizagem nesta zona do mundo. Estas crianças poderão vir a ter uma alimentação equilibrada e a frequentar a escola com o apoio da ATACA (ONGD) - Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.

**Com a ajuda das doações, 7 em cada 10 crianças poderão frequentar a escola e fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

**Q1:** A partir do seu próprio rendimento disponível, quanto estaria disposto a doar para ajudar estas crianças? Escolha um valor inteiro entre 0 e 10€ (ambos inclusive).

**Q2:** quão racional, de 0 a 10, considera que foi a sua decisão, sendo 0: nada racional e 10: totalmente racional?

**Q3:** quão feliz, de 0 a 10, se sentiria se pudesse realmente efetuar esta doação, sendo 0: nada feliz e 10: totalmente feliz?

**Q4:** quão generoso, de 0 a 10, se sentiria em fazer esta doação, sendo 0: nada generoso e 10: totalmente generoso?

**Q5:** tente agora, por favor, perceber o tipo de emoção que este caso produz em si. Caraterize, de 1 a 7, essa emoção quanto ao seu valor (valência) e quanto à sua intensidade. No valor: 1: extremamente negativo e 7: extremamente positivo. Na intensidade: 1: extremamente fraca e 7: extremamente forte.

## C<sub>12</sub>. Cenário 2: vítima estatística – efeitos de *reflexão* em termos negativos

Em Moçambique a desnutrição crónica apresenta-se nos níveis mais elevados do mundo, afetando 5 milhões de crianças menores de 7 anos, limitando o desenvolvimento intelectual das mesmas. A maioria das famílias faz refeições à base de chima (massa feita com farinha de milho branca com água) ou arroz com caril acompanhados de mais algum alimento que consigam comprar ou trocar. Moçambique é um dos países do mundo mais afetados pelo HIV/SIDA, tendo a oitava mais elevada taxa de prevalência de HIV no mundo. Muitas das crianças ficaram órfãs por causa do HIV. No que concerne à educação, devido aos custos associados com a escola, muitas famílias não conseguem suportar os estudos, fazendo com que muitas crianças abandonem a escola. Os progressos no setor da educação têm estagnado nos últimos anos, sendo notório o baixo nível de aprendizagem nesta zona do mundo. Estas crianças poderão vir a ter uma alimentação equilibrada e a frequentar a escola com o apoio da ATACA (ONGD) - Instituição de reconhecida idoneidade cujo objetivo é o desenvolvimento humano nas regiões do mundo mais desfavorecidas, nomeadamente em África.

**Sem a ajuda das doações, 7 em cada 10 crianças não poderão frequentar a escola, e não conseguirão fazer, pelo menos, duas refeições mais equilibradas por dia.**

**Q1:** A partir do seu próprio rendimento disponível, quanto estaria disposto a doar para ajudar estas crianças? Escolha um valor inteiro entre 0 e 10€ (ambos inclusive).

**Q2:** quão racional, de 0 a 10, considera que foi a sua decisão, sendo 0: nada racional e 10: totalmente racional?

**Q3:** quão feliz, de 0 a 10, se sentiria se pudesse realmente efetuar esta doação, sendo 0: nada feliz e 10: totalmente feliz?

**Q4:** quão generoso, de 0 a 10, se sentiria em fazer esta doação, sendo 0: nada generoso e 10: totalmente generoso?

**Q5:** tente agora, por favor, perceber o tipo de emoção que este caso produz em si. Caraterize, de 1 a 7, essa emoção quanto ao seu valor (valência) e quanto à sua intensidade. No valor: 1: extremamente negativo e 7: extremamente positivo. Na intensidade: 1: extremamente fraca e 7: extremamente forte.

## C<sub>13</sub>. Dados sociodemográficos

**Q1:** indique, por favor, a sua idade.

**Q2:** indique, por favor, o seu sexo:

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino

**Q3:** indique, por favor, qual o seu nível de formação:

- Básico
- Secundário
- Licenciatura
- Mestrado
- Doutoramento

**Q4:** indique, por favor a sua nacionalidade.

## C2. Caraterização da amostra

A amostra deste estudo foi recolhida por conveniência e é constituída por 88 participantes, sendo 44 (50%) do sexo masculino e 44 (50%) do sexo feminino. A média das idades é de 31.55 anos ( $\sigma=12.78$  anos; min = 14 anos; máx = 65 anos), e varia dos 14 aos 65 anos. Relativamente às habilitações académicas, 1 participante (1.1%) completou o ensino básico; 8 (9.1%) têm o ensino secundário; 42 (47.7%) são licenciados; 35 (39.8%) têm mestrado e 2 (2.3%) têm doutoramento. Relativamente à nacionalidade, 82 (93.2%) têm nacionalidade portuguesa; 5 (5.7%) possuem nacionalidade brasileira e 1 (1.1%) nacionalidade luso-francesa.

Os 88 participantes responderam a cenários diferentes, sendo que 41 (46.6%) responderam ao Cenário 1 e 47 (53.4%) responderam ao Cenário 2.

Realizaram-se testes estatísticos para verificar se existe alguma associação entre a idade e as habilitações académicas e o cenário respondido. Para testar se existem diferenças significativas entre as médias de idades nos dois cenários, procedeu-se ao teste Mann-Whitney (pois a idade não segue uma distribuição normal nos dois cenários. C1: KS = 0.308;  $p < 0.001$ ; C2: KS = 0.306;  $p < 0.001$ ), concluindo-se que não existem diferenças (MW = 907.5;  $p = 0.781$ ). C1: M = 30.83 anos;  $\sigma = 12.54$  anos; min = 14 anos; máx = 65 anos. C2: M = 32.17 anos;  $\sigma = 13.09$  anos; min = 20 anos; máx = 63 anos.

Para verificar se existe uma associação entre as habilitações académicas e o cenário respondido, começou-se por recodificar as habilitações académicas em dois grupos (inicialmente recodificou-se em três grupos, à semelhança dos

estudos anteriores, mas, tendo em conta que o número de participantes que completou os ensinos básicos e secundário é muito reduzido, o teste Qui-quadrado não cumpria o requisito de não ter mais do que 20% de categorias com frequência esperada inferior a 5): G<sub>1</sub> - ensino básico ou ensino secundário ou licenciatura e G<sub>2</sub> - mestres e doutores. O teste do Qui-quadrado revelou que não existe nenhuma associação ( $\chi^2 = 0.109$ ;  $p = 0.742$ ). C<sub>1</sub>: 1 (2.4%) inquirido possui ensino básico; 3 (7.3%) possuem ensino secundário; 19 (46.3%) possuem licenciatura; 17 (41.5%) têm mestrado e 1 (2.4%) tem doutoramento. C<sub>2</sub>: 5 (10.6%) possuem o ensino secundário; 23 (48.9%) possuem licenciatura; 18 (38.3%) têm mestrado e 1 (2.1%) tem doutoramento.

### C<sub>3</sub>. Valor doado e idade

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e a idade, calculou-se o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = -0.008$ ;  $p = 0.939$ ), verificando-se que existe uma correlação linear negativa muito fraca entre as variáveis.

### C<sub>4</sub>. Valor doado e nível de racionalidade

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de racionalidade, calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.203$ ;  $p = 0.058$ ), verificando-se que existe uma correlação linear positiva muito fraca entre as variáveis.

De forma análoga às análises anteriores, considerou-se a variável do valor doado categorizada nos três grupos descritos anteriormente e recodificou-se o nível de racionalidade (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada racional” e 10: “totalmente racional”) em apenas dois grupos (ao considerar a divisão em três grupos utilizada nas análises anteriores, o teste Qui-quadrado não era aplicável, por ter 33.3% de categorias com uma frequência esperada menor que

5):  $G_A$  (0-5) e  $G_B$  (6-10). Aplicou-se o teste Qui-Quadrado e concluiu-se que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 2.079$ ;  $p = 0.354$ ).

<i>Nível de racionalidade</i> <i>Valor doado</i>	<b><math>G_A</math></b> <b>N (%)</b>	<b><math>G_B</math></b> <b>N (%)</b>	<b>Total</b> <b>N (%)</b>
<b><math>G_1</math></b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>20</b>
<i>Dentro de <math>G_1</math></i>	30.0%	70.0%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math> ou <math>G_B</math></i>	35.3%	19.7%	22.7%
<i>Dentro do total</i>	6.8%	15.9%	22.7%
<b><math>G_2</math></b>	<b>4</b>	<b>25</b>	<b>29</b>
<i>Dentro de <math>G_2</math></i>	13.8%	86.2%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math> ou <math>G_B</math></i>	23.5%	35.2%	33.0%
<i>Dentro do total</i>	4.5%	28.4%	33.0%
<b><math>G_3</math></b>	<b>7</b>	<b>32</b>	<b>39</b>
<i>Dentro de <math>G_3</math></i>	17.9%	82.1%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math> ou <math>G_B</math></i>	41.2%	45.1%	44.3%
<i>Dentro do total</i>	8.0%	36.4%	44.3%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>71</b>	<b>88</b>
<i>Dentro de <math>G_1, G_2</math> ou <math>G_3</math></i>	19.3%	80.7%	100%
<i>Dentro de <math>G_A</math> ou <math>G_B</math></i>	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	19.3%	80.7%	100%

**Tabela 20:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de racionalidade.  
Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 20, independentemente do grupo de racionalidade, a maioria dos respondentes encontra-se no grupo das pessoas que doaria mais dinheiro ( $G_3$ ): 41.2% para o  $G_A$  e 45.1% para o  $G_B$ .

### C5. Cenários e nível de felicidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de felicidade e os dois cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado ( $\chi^2 = 0.137$ ;  $p = 0.711$ ) e concluiu-se que as variáveis não estão associadas. Para simplificar a comparação com os estudos anteriores, considera-se o nível de felicidade como sendo uma variável contínua que varia entre 0 e 10 pontos. C<sub>1</sub>: M = 7.22;  $\sigma = 3.03$ ; min = 0; máx = 10. C<sub>2</sub>: M = 7.89;  $\sigma = 2.65$ ; min = 0; máx = 10.

### C6. Cenários e nível de generosidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de generosidade e os dois cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, que revelou que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 1.488$ ;  $p = 0.475$ ). C<sub>1</sub>: M = 5.68;  $\sigma = 3.03$ ; min = 0; máx = 10. C<sub>2</sub>: M = 5.45;  $\sigma = 3.24$ ; min = 0; máx = 10.

### C7. Cenários e nível de racionalidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de racionalidade e os dois cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, concluindo-se que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 1.267$ ;  $p = 0.260$ ). C<sub>1</sub>: M = 7.59;  $\sigma = 2.13$ ; min = 3; máx = 10. C<sub>2</sub>: M = 7.74;  $\sigma = 2.41$ ; min = 1; máx = 10.

### C8. Cenários e emoção (valor)

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de emoção (valor) e os dois cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, concluindo-se que não existe associação entre as variáveis ( $\chi^2 = 0.329$ ;  $p = 0.848$ ). C<sub>1</sub>: M = 4.90;  $\sigma = 1.48$ ; min = 1; máx = 7. C<sub>2</sub>: M = 5.06;  $\sigma = 1.76$ ; min = 1; máx = 7.

## C9. Cenários e emoção (intensidade)

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de emoção (intensidade) e os dois cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, concluindo-se que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 2.902$ ;  $p = 0.234$ ). C1: M = 4.68;  $\sigma = 1.78$ ; min = 1; máx = 7. C2: M = 5.00;  $\sigma = 1.56$ ; min = 1; máx = 7.

## D. Estudo 4

### D1. Introdução

Welcome to the Consent Form!

What is the purpose of this study? This study investigates how people react when they're presented with a social cause's message. What does this study involve? You'll be presented with the story of African children. What is the duration of this study? The total duration is approximately 3 minutes. What are the risks and possible discomforts? If you choose to participate, the effects should be comparable to those you would experience from looking at a computer monitor for 3 minutes and using a mouse or keyboard. This HIT is part of a scientific research project. Your decision to complete this HIT is voluntary. If you decide to take part, you are still free to withdraw at any time and you are not required to provide a reason for your withdrawal. There is no way for us to identify you. The only information we will have, in addition to your responses, is the time at which you completed the survey, your age, your gender and your nationality. The results of this research will be included in my master thesis and may be published in scientific journals. If you have further questions, please don't hesitate to contact the following address: [raquelrcoelho10@gmail.com](mailto:raquelrcoelho10@gmail.com). Please try to complete the study in one sitting. Do not perform other activities while taking the survey. Keep its page in full screen mode. Along with the survey, you'll find attention check questions; failure to correctly answer these simple questions can be a reason for getting turned out from the survey without payment. Clicking on the '>>' button on the bottom of this page indicates that you are at least 18 years old and agree to complete this HIT voluntarily. THANK YOU!

### D11. Cenário 1: vítima estatística – efeitos de *reflexão* em termos positivos

In Mozambique, chronic malnutrition is at the highest levels of the world. This affects 5 million children under 7 years old and compromises their intellectual development. The majority of the families' meals are based on chima (dough made with white corn flour with water) or rice with curry and any other food which families are able to buy or trade. Mozambique is one of the most affected nations in the world by HIV, being the eighth highest in the world, leaving many children orphans. Education costs lead many children to leave school. In recent years progress in education has not been evident. Consequently, the low level of learning is notorious. These children will be able to have balanced food and go to school with the help of ATACA. This institution is a well-known NGO for its capacity and its purpose is to help human development in the poorest regions of the world, namely in Africa.



**With donations, 7 out of 10 children will be able to attend school and have at least two planned meals per day.**

**Q1:** You will receive 1 dollar (100 cents). How many cents are you willing to donate to help these children?

**Q2:** how rational (from 0 to 10) do you consider your decision? 0: means not rational and 10: means totally rational.

**Q3:** how happy (from 0 to 10) do you feel having done this donation? 0: means not happy and 10: means totally happy.

**Q4:** how generous (from 0 to 10) do you feel making this donation? 0: means not generous and 10: means totally generous.

**Q5:** try to reflect on the emotion this situation causes on you. Characterize this emotion (from 1 to 7), considering value and intensity. Regarding value: 1: extremely negative and 7: extremely positive. Regarding intensity: 1: extremely weak and 7: extremely strong.

## D<sub>12</sub>. Cenário 2: vítima estatística – efeitos de *reflexão* em termos negativos

In Mozambique, chronic malnutrition is at the highest levels of the world. This affects 5 million children under 7 years old and compromises their intellectual development. The majority of the families' meals are based on chima (dough made with white corn flour with water) or rice with curry and any other food which families are able to buy or trade. Mozambique is one of the most affected nations in the world by HIV, being the eighth highest in the world, leaving many children orphans. Education costs lead many children to leave school. In recent years progress in education has not been evident. Consequently, the low level of learning is notorious. These children will be able to have balanced food and go to school with the help of ATACA. This institution is a well-known NGO for its capacity and its purpose is to help human development in the poorest regions of the world, namely in Africa.

**Without donations, 7 out of 10 children won't be able to attend school and will not be able to have at least two planned meals per day.**

**Q1:** You will receive 1 dollar (100 cents). How many cents are you willing to donate to help these children?

**Q2:** how rational (from 0 to 10) do you consider your decision? 0: means not rational and 10: means totally rational.

**Q3:** how happy (from 0 to 10) do you feel having done this donation? 0: means not happy and 10: means totally happy.

**Q4:** how generous (from 0 to 10) do you feel making this donation? 0: means not generous and 10: means totally generous.

**Q5:** try to reflect on the emotion this situation causes on you. Characterize this emotion (from 1 to 7), considering value and intensity. Regarding value: 1: extremely negative and 7: extremely positive. Regarding intensity: 1: extremely weak and 7: extremely strong.

## D<sub>13</sub>. Dados sociodemográficos

**Q1:** please, indicate your age.

**Q2:** please, indicate your gender:

- ☐ Male
- ☐ Female

**Q3:** please, indicate your education level:

- Primary school
- Secondary school
- Bachelor degree
- Master's degree
- PhD

**Q4:** please, indicate your nationality.

## D2. Caraterização da amostra

A amostra deste estudo foi recolhida por conveniência e é constituída por 82 respondentes, sendo 45 (54.9%) do sexo masculino e 37 (45.1%) do sexo feminino. A média das idades é de 32.88 anos ( $\sigma=9.69$  anos; min = 20 anos; máx = 65 anos). Relativamente às habilitações académicas, 4 (4.9%) possuem a escola primária; 32 (39%) possuem a escola secundária; 37 (45.1%) são licenciados; 7 (8.5%) têm mestrado e 2 (2.4%) possuem doutoramento. Relativamente à nacionalidade, 71 (86.6%) têm nacionalidade americana; enquanto 11 (13.4%) possuem outra nacionalidade.

Os 82 inquiridos responderam a cenários diferentes, sendo que 40 (48.8%) responderam ao Cenário 1 e 42 (51.2%) responderam ao Cenário 2.

Para testar se existem diferenças significativas na idade nos dois cenários, procedeu-se ao teste Mann-Whitney (pois a idade não segue uma distribuição normal nos dois cenários. C1: KS = 0.181;  $p = 0.002$ . C2: KS = 0.175;  $p = 0.002$ ), concluindo-se que não existem diferenças significativas na idade média dos dois cenários (MW = 829;  $p = 0.919$ ). C1: M = 33.13 anos;  $\sigma = 10.35$  anos; min = 20 anos; máx = 65 anos. C2: M = 32.64 anos;  $\sigma = 9.13$  anos; min = 20 anos; máx = 60 anos.

Para verificar se existe uma associação entre as habilitações académicas e o cenário respondido, começou-se por recodificar as habilitações académicas em dois grupos (inicialmente recodificou-se em três grupos à semelhança dos estudos anteriores, mas tendo em conta que o número de respondentes dos níveis de mestrado e doutoramento é muito reduzido, o teste Qui-quadrado não

cumpria o requisito de não ter mais do que 20% de categorias com frequência esperada inferior a 5):  $G_1$  - escola primária ou escola secundária e  $G_2$  - licenciatura, mestrado ou doutoramento. Seguidamente, aplicou-se o teste Qui-quadrado para a independência e conclui-se que não existe nenhuma associação entre as variáveis ( $\chi^2 = 1.3$ ;  $p = 0.254$ ).  $C_1$ : 1 (2.5%) possui escola primária; 14 (35%) possuem escola secundária; 19 (47.5%) possuem licenciatura; 4 (10%) têm mestrado e 2 (5%) têm doutoramento.  $C_2$ : 3 (7.1%) possuem a escola primária; 18 (42.9%) possuem a escola secundária; 18 (42.9%) possuem licenciatura e 3 (7.1%) têm mestrado.

### D3. Valor doado e idade

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e a idade, calculou-se o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = -0.132$ ;  $p = 0.237$ ), pelo que existe uma correlação linear negativa muito fraca entre as variáveis.

### D4. Valor doado e nível de racionalidade

Para avaliar a correlação linear entre o valor doado e o nível de racionalidade, calculou-se, inicialmente, o coeficiente de correlação de Spearman ( $S = 0.131$ ;  $p = 0.240$ ), pelo que existe uma correlação linear positiva muito fraca entre as variáveis.

De forma análoga às análises anteriores, considerou-se a variável do valor doado categorizada em dois grupos (pois ao considerar a divisão utilizada nas análises anteriores, o teste do Qui-quadrado não era aplicável, por ter 33.3% de categorias com uma frequência esperada menor que 5) e recodificou-se o nível de racionalidade (variável ordinal de 0 a 10 pontos, sendo 0: “nada racional” e 10: “totalmente racional”) em apenas dois grupos:  $G_A$  (0-5) e  $G_B$  (6-10). Aplicou-se o teste exato de Fisher (pois o teste do Qui-Quadrado não era aplicável, por ter 25%

de categorias com uma frequência esperada menor que 5) e conclui-se que as variáveis não estão associadas ( $p = 0.171$ ).

<i>Nível de racionalidade</i> <b>Valor doado</b>	<b>G<sub>A</sub></b> <b>N (%)</b>	<b>G<sub>B</sub></b> <b>N (%)</b>	<b>Total</b> <b>N (%)</b>
<b>G<sub>1</sub></b>	<b>15</b>	<b>50</b>	<b>65</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub></i>	23.1%	76.9%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	93.8%	75.8%	79.3%
<i>Dentro do total</i>	18.3%	61.0%	79.3%
<b>G<sub>2</sub></b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>17</b>
<i>Dentro de G<sub>2</sub></i>	5.9%	94.1%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	6.3%	24.2%	20.7%
<i>Dentro do total</i>	1.2%	19.5%	20.7%
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>66</b>	<b>82</b>
<i>Dentro de G<sub>1</sub> ou G<sub>2</sub></i>	19.5%	80.5%	100%
<i>Dentro de G<sub>A</sub> ou G<sub>B</sub></i>	100%	100%	100%
<i>Dentro do total</i>	19.5%	80.5%	100%

**Tabela 21:** Distribuição dos inquiridos por categoria de valor doado e nível de racionalidade.  
Fonte: construção própria.

Como é possível constatar na Tabela 21, independentemente do grupo de racionalidade, a maioria dos respondentes encontra-se no grupo das pessoas que doaria menos dinheiro (G<sub>1</sub>): 93.8% para o G<sub>A</sub> e 75.1% para o G<sub>B</sub>.

#### D5. Cenários e nível de felicidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de felicidade e os dois cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado ( $\chi^2 = 0.893$ ;  $p = 0.345$ ), concluindo-se que as variáveis não estão associadas. Para simplificar a comparação com os estudos anteriores, considera-se o nível de felicidade como

sendo uma variável contínua que varia de 0 a 10 pontos. C<sub>1</sub>: M = 6.83;  $\sigma$  = 2.99; min = 0; máx = 10. C<sub>2</sub>: M = 6.05;  $\sigma$  = 3.24; min = 0; máx = 10.

#### D<sub>6</sub>. Cenários e nível de generosidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de generosidade e os dois cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, concluindo-se que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 0.005$ ;  $p = 0.946$ ). C<sub>1</sub>: M = 4.40;  $\sigma$  = 3.46; min = 0; máx = 10. C<sub>2</sub>: M = 3.62;  $\sigma$  = 3.42; min = 0; máx = 10.

#### D<sub>7</sub>. Cenários e nível de racionalidade

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de racionalidade e os dois cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, tendo-se concluído que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 0.201$ ;  $p = 0.654$ ). C<sub>1</sub>: M = 7.50;  $\sigma$  = 2.64; min = 0; máx = 10. C<sub>2</sub>: M = 7.62;  $\sigma$  = 2.85; min = 1; máx = 10.



#### D<sub>8</sub>. Cenários e emoção (valor)

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de emoção (valor) e os dois cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, tendo-se concluído que não existe associação entre as variáveis ( $\chi^2 = 0.764$ ;  $p = 0.382$ ). C<sub>1</sub>: M = 4.53;  $\sigma$  = 1.55; min = 1; máx = 7. C<sub>2</sub>: M = 4.76;  $\sigma$  = 1.57; min = 1; máx = 7.

#### D<sub>9</sub>. Cenários e emoção (intensidade)

Para verificar se existe alguma associação entre o nível de emoção (intensidade) e os dois cenários em estudo, aplicou-se o teste Qui-quadrado, tendo-se concluído que as variáveis não estão associadas ( $\chi^2 = 0.432$ ;  $p = 0.511$ ). C<sub>1</sub>: M = 4.45;  $\sigma$  = 1.68; min = 1; máx = 7. C<sub>2</sub>: M = 4.26;  $\sigma$  = 1.95; min = 1; máx = 7.

## E. Comprovativo de doação

 <b>ataca</b> associação de tutores e amigos da orfanota africana	<b>O N G D</b> Estatuto Benefícios Fiscais artigo 62, n.º 3 alínea E artigo 63, n.º 1	Recibo n.º <b>3727</b>
Rua Faria Guimarães, 842 • 4200-209 Porto T.: +351 968 214 358 • Email: ataca@ataca.org www.ataca.org		Porto <u>15/12/2011</u> N/ N.º Contribuinte: 507 739 132
Exmo.(s) Sr.(s) <u>RAQUEL REIS PACHECO</u>		
Morada <u>PRACETA GOMES GUERRA 114</u>		
Contribuinte N.º <u>217825400</u> <u>4410-413</u> <u>00007660</u>		
Recebemos a quantia de <u>VINTE DOIS EUROS</u>		
REFERENTE A <u>DONATIVO SEM CONTRAPARTIDA</u>		
€uros <u>22 €</u>		ASSINATURA 
<small>Fotomecânica Molegráfica, S.A.   R. Duque de Saldanha, 357 - 4300-485 Porto   Cont. N.º 500 118 063   Imp. Aut. Desp. Minist. de 2000/06/19 - (10 Bloc. 50x3 do N.º 3501 a N.º 4000)</small>		